



---

# **BACHELORARBEIT**

---

Frau  
**Vicky Gläßer**

**Faszination FC St. Pauli -  
Was steckt hinter dem Hype  
um die berühmte  
Totenkopf-Fahne?**

**2014/2015**

# **BACHELORARBEIT**

---

## **Faszination FC St. Pauli - Was steckt hinter dem Hype um die berühmte Totenkopf-Fahne?**

Autor/in:

**Frau Vicky Gläßer**

Studiengang:

**Angewandte Medien**

Seminargruppe:

**AM12sS-B**

Erstprüfer:

**Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer M.A.**

Zweitprüfer:

**Michael Lang**

Einreichung:

**Berlin, 6. Februar 2015**

# **BACHELOR THESIS**

---

## **Fascination FC St. Pauli - What's behind the hype surrounding the famous skull and crossbones flag?**

author:  
**Ms. Vicky Gläßer**

course of studies:  
**Applied Media**

seminar group:  
**AM12sS-B**

first examiner:  
**Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer M.A.**

second examiner:  
**Michael Lang**

submission:  
Berlin, 6th February 2015

---

## **Bibliografische Angaben**

Gläßer, Vicky:

Faszination FC St. Pauli - Was steckt hinter dem Hype um die berühmte Totenkopf-Fahne?

Fascination FC St. Pauli - What's behind the hype surrounding the famous skull and crossbones flag?

56 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2014/2015



# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>VII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>IX</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>1</b>
<b>2 Der Verein .....</b>	<b>3</b>
2.1 Geschichtlicher Hintergrund .....	4
2.2 Vereinsstruktur .....	9
2.2.1 Vereinsführung & Gremien.....	9
2.2.2 Trainer und Team (Saison 2014/15).....	11
2.2.3 Soziale Verantwortung .....	11
2.3 Das Millerntor-Stadion und seine Geschichte.....	13
2.4 Die Berg- und Talfahrt in der Bundesliga (ab 1963).....	15
2.5 Rettungsaktion in der Saison 2002/03.....	16
2.6 Sponsoring.....	17
2.6.1 Sponsoren des FC St. Pauli .....	18
2.6.2 Astra und FC St. Pauli.....	18
<b>3 Der Anker von St. Pauli - Die Fans.....</b>	<b>20</b>
3.1 Die besondere Fankultur – Mythos politischer Fan.....	20
3.2 Entstehung der Totenkopf-Marke .....	23
3.3 Marketing und Merchandising .....	25
<b>4 Faszination FC St. Pauli - Die Umfrage.....</b>	<b>27</b>
4.1 Methodisches Vorgehen.....	27
4.2 Durchführung der Umfrage.....	29
4.3 Auswertung der Umfrage .....	30
4.3.1 Soziodemografische Daten .....	30
4.3.2 Fußball.....	34
4.3.3 FC St. Pauli.....	38
4.4 Zusammenfassung der Ergebnisse.....	51
<b>5 Fazit.....</b>	<b>55</b>

---

<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>XI</b>
<b>Anlagen .....</b>	<b>XV</b>
<b>Eigenständigkeitserklärung .....</b>	<b>LXXVI</b>

## Abkürzungsverzeichnis

AFM	Abteilung Fördernde Mitglieder
AGiM	Arbeitsgemeinschaft interessierte Mitglieder
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
Co.	Compagnie
d. h.	das heißt
DFB	Deutscher Fußball Bund
DT	Deutsche Turnerschaft
e. V.	eingetragener Verein
Ebd.	Ebenda
ehem.	ehemalig/er
etc.	et cetera (deutsch: und folgende)
FC	Fußball Club
FIFA	Fédération Internationale de Football Association, (deutsch: Weltfußballverband)
ggf.	gegebenenfalls
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Hg.	Herausgeber
HSV	Hamburger Sport-Verein
http	Hypertext Transfer Protocol
JHV	Jahreshauptversammlung
KG	Kommanditgesellschaft

---

Kita	Kindertagesstätte
Mio.	Millionen
NFV	Norddeutscher Fußball-Verband
NSDAP	Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei
o. Ä.	oder Ähnliches
SG	Spielgemeinde
SS	Schutzstaffel
St.	Sankt
SV	Sportverein
TV	Turnverein
u. Ä.	und Ähnliches
u. a.	unter anderem
USP	Ultras Sankt Pauli
v. l.	von links
VfB	Verein für Bewegungsspiele
VfL	Verein für Leibesübungen
Vgl.	Vergleich
VIP	very important person, (deutsch: sehr wichtige Persönlichkeit)
WM	Weltmeisterschaft
www	World Wide Web
z. B.	zum Beispiel
&	und
€	Euro

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Vereinslogo FC St. Pauli (Quelle: <a href="http://www.fcstpauli.com/website/static/source/images/page/facbeook_logo.jpg">http://www.fcstpauli.com/website/static/source/images/page/facbeook_logo.jpg</a> )	3
Abbildung 2: Wunderelf des FC St. Pauli 1947 (Quelle: <a href="http://www.fcstpauli.com/home/verein/historie/vereinsgeschichte">http://www.fcstpauli.com/home/verein/historie/vereinsgeschichte</a> )	6
Abbildung 3: Präsidium 2014 (Quelle: <a href="http://www.fcstpauli.com/home/verein/gremien/prasidium">http://www.fcstpauli.com/home/verein/gremien/prasidium</a> )	9
Abbildung 4: Übersicht über die Auf- und Abstiege des FC St. Pauli seit Einführung der Bundesliga (Quelle: eigene Abbildung)	16
Abbildung 5: Besuch Historie 05.11. - 23.12.2014 (Quelle: Auswertung von survio)	30
Abbildung 6: Verteilung des Alters	31
Abbildung 7: Geschlechterverteilung	31
Abbildung 8: Familienstand	32
Abbildung 9: Höchster allgemeinbildender Schulabschluss	33
Abbildung 10: Berufliche Situation	33
Abbildung 11: "Würden Sie sich selbst als "fußballbegeistert" bezeichnen?"	34
Abbildung 12: "Spielen Sie selbst Fußball?"	34
Abbildung 13: "Spielen Sie in einem Verein?"	35
Abbildung 14: Top 12 der Lieblings-Fußballvereine	36
Abbildung 15: "Waren Sie schon mal bei einem Fußballspiel im Stadion?"	36
Abbildung 16: "Kennen Sie den FC St. Pauli?"	38
Abbildung 17: "Was fällt Ihnen als Erstes ein, wenn Sie "FC St. Pauli" hören?"	39
Abbildung 18: "Waren Sie schon mal bei einem Spiel des FC St. Pauli?"	39
Abbildung 19: "Wie oft waren Sie schon im Stadion?"	40
Abbildung 20: "Besitzen Sie eine Dauerkarte für die FC St. Pauli Spiele?"	40
Abbildung 21: Rituale im Millerntor-Stadion	42
Abbildung 22: "Was halten Sie von der Fankultur des FC St. Pauli?"	44
Abbildung 23: „Würden Sie sich als Fan des FC St. Pauli bezeichnen?"	45
Abbildung 24: "Sind Sie Mitglied in einem FC St. Pauli Fanklub?"	46
Abbildung 25: Fanartikel des FC St. Pauli	47
Abbildung 26: "Der FC St. Pauli wird oft als „etwas anders“ bezeichnet. Warum ist er Ihrer Meinung nach anders?"	49
Abbildung 27: Engagement bei FC St. Pauli Projekten	49



# 1 Einleitung

Fußball erfreut sich in Deutschland einer großen Beliebtheit. Es ist der Volkssport Nummer 1. Dem Deutschen Fußball Bund, der Dachverband des deutschen Fußballs, gehören über 6,8 Mio. Mitglieder an (Stand: 2014)<sup>1</sup>. *„Der Mitgliederrekord unterstreicht den enormen Stellenwert und die hohe Anziehungskraft des Fußballs in Deutschland“*<sup>2</sup>, so DFB-Präsident Wolfgang Niersbach. Zum Vergleich: Der Deutsche Handballbund hatte im Jahr 2014 786.748 Mitglieder<sup>3</sup> und der Deutsche Basketball Bund 192.164 Mitglieder<sup>4</sup>.

Fußball hat einen hohen Unterhaltungswert und stärkt als Mannschaftssport das Gemeinschaftsgefühl. Spätestens seit der FIFA Weltmeisterschaft 2014 – die FIFA ist der Weltfußballverband – und dem vierten Stern für Deutschland ist das Interesse an der Sportart weiter gestiegen. Das „Wir“-Gefühl, wie es seit der WM genannt wird, wächst immer noch. Die Menschen fühlen sich durch den Sport und dem damit verbundenen Interesse verbunden.

Das Ligasystem in Deutschland besteht aus der Ersten und Zweiten Bundesliga, gefolgt von der dritten Liga, der Regional- und der Oberliga. In der Ersten und Zweiten Bundesliga treten jede Spielsaison insgesamt 36 Teams gegeneinander an. Neben den großen erfolgreichen Vereinen wie dem FC Bayern München, Borussia Dortmund oder dem Hamburger Sportverein sind auch einige kleine Klubs vertreten und populär. Einer der kleinen Vereine ist der FC St. Pauli, welcher in Hamburgs gleichnamigen Amüsierviertel beheimatet ist. Der FC St. Pauli ist ein berühmter Fußballverein aus der Zweiten Bundesliga, jedoch nicht wegen seiner herausragenden sportlichen Leistungen. Viel mehr begeistert die Vielzahl politischer Aktionen der Fans, das Totenkopf-Symbol, welches meistens mit dem FC in Verbindung gebracht wird, oder das Rotlichtviertel in Hamburg.

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Frage, was hinter dem Hype um den norddeutschen Fußballverein steckt. Warum hat er so viele Anhänger, obwohl er selten sportliche Erfolge feiert? Was macht den Verein besonders? Diese Fragen sollen mit

---

<sup>1</sup> DFB, 2015: <http://www.dfb.de/verbandsstruktur/mitglieder/>

<sup>2</sup> Ebd.

<sup>3</sup> Statista, 2015: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/215950/umfrage/mitgliederzahl-des-deutschen-handball-bundes/>

<sup>4</sup> Statista, 2015: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/216164/umfrage/mitgliederzahl-des-deutschen-basketball-bundes/>

Hilfe der beigefügten Umfrage beantwortet werden. Für die nähere Beleuchtung der Thematik Fußball und speziell des FC St. Pauli wurde ein Fragebogen aus 34 Fragen zusammengestellt. Dieser wurde online verbreitet und zusätzlich von Personen in Hamburg ausgefüllt, bspw. vor dem Millerntor-Stadion.

Zur Beantwortung der Frage ist diese Bachelorarbeit wie folgt aufgebaut. Auf die Einleitung folgt in Kapitel 2 „Der Verein“ eine Zusammenfassung aller wichtigen Informationen über den Fußballverein. Von der Geschichte über die Vereinsstrukturen bis zum Thema Sponsoring wird alles Wissenswerte erklärt.

In Kapitel 3 wird die Fankultur auf St. Pauli beschrieben. Wie kam es dazu, dass der Totenkopf ein Symbol des Vereins wurde? Wofür engagieren sich die Fans des Kiezkлубs? Außerdem wird in diesem Kapitel das Merchandising des Vereins erläutert, welches sehr stark mit den Fans verknüpft ist.

Die durchgeführte Umfrage wird in Kapitel 4 vorgestellt. Hier wird auf Vorbereitung, Planung und Durchführung eingegangen. Abgeschlossen wird dieses Kapitel mit einer ausführlichen Auswertung der einzelnen Fragen mit veranschaulichenden Diagrammen.

Im letzten Kapitel wird ein Fazit gezogen und die Fragestellung dieser Bachelorarbeit schließlich beantwortet: Was steckt hinter der Faszination FC St. Pauli?



## 2 Der Verein

Der „Fußball-Club St. Pauli von 1910 e.V.“<sup>5</sup> ist ein bekannter, wenn auch nicht immer erfolgreicher Fußballverein aus der Zweiten Bundesliga (Stand: Dezember 2014). Seit dem 25. Mai 1925 ist er ein beim Amtsgericht Hamburg eingetragener Verein. Der offizielle Gründungstag liegt jedoch 15 Jahre weiter zurück – 15. Mai 1910.



Abbildung 1: Vereinslogo FC St. Pauli

(Quelle: [http://www.fcstpauli.com/website/static/source/images/page/facbeook\\_logo.jpg](http://www.fcstpauli.com/website/static/source/images/page/facbeook_logo.jpg))

Der FC St. Pauli ist ein Stadtteilverein. Das Millerntor-Stadion steht mitten in Hamburg, genauer gesagt mitten in St. Pauli. Diese Besonderheit fördert die enge Verbundenheit zwischen Verein und Stadtteil. Dabei geht es nicht nur um das Spiel an sich, sondern auch um soziale Aktivitäten neben dem Spiel, z. B. der Besuch der Stammkneipe nach dem Spiel. Der FC St. Pauli ist der einzige Verein der Bundesliga, mit solch einem enormen Stadtteilbezug und einem Stadion mittendrin. Er identifiziert und definiert sich über den gleichnamigen Stadtteil und ist Ankerpunkt für viele Bewohner des Viertels.

Die Vereinsfarben auf St. Pauli sind braun und weiß. Die Mitgliederzahl beläuft sich auf 20.500 Mitglieder (Stand: 01.07.2014)<sup>6</sup>. Der FC ist der erste Lizenzverein mit eigenen Leitlinien. Diese wurden in der Jahreshauptversammlung 2009 beschlossen und in Kraft gesetzt. Laut den Leitlinien sind Toleranz und Respekt Grundsätze des FC, er stellt ein Vorbild gegenüber Kindern und Jugendlichen dar und das Spiel der Fußballmannschaft steht immer im Vordergrund.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Kurz FC St. Pauli, FC oder St. Pauli

<sup>6</sup> Vgl. Kicker Online, 2014: <http://www.kicker.de/news/fussball/2bundesliga/vereine/2-bundesliga/2011-12/fc-st-pauli-18/vereinsinformationen.html>

<sup>7</sup> Vgl. FC St. Pauli, 2014: <http://www.fcstpauli.com/home/verein/mitgliedschaft/leitlinien>

Beim FC existieren 353 eingetragene Fanklubs, nationale und internationale. Viele Fanklubs haben ihren Ursprung in Hamburg und Deutschland, aber auch in anderen europäischen Ländern wie Dänemark, Griechenland oder Spanien schließen sich St.-Pauli-Anhänger zusammen. Für die Vielzahl an Fanklubs wurde ein Fanklubsprecherat eingerichtet, der die Fanklubs verwaltet und für Fragen zur Verfügung steht. Außerdem gibt es verschiedene Fanzines<sup>8</sup>, z.B. „Der Übersteiger“ oder „Basch“, welches vom Fanklub „Ultras Sankt Pauli“ herausgegeben wird. Eine weitere Faninitiative ist der Fanladen in der Gegengerade des Millerntors. Er wurde Anfang 1990 von einer Gruppe von Fans gegründet, die der Ablehnung des Totenkopfs durch den Verein mit eigenen Fanartikeln entgegenwirken wollten.

Hinter dem FC St. Pauli steckt jedoch mehr als nur die eine bekannte Fußballmannschaft. Der Verein bietet noch viele weitere Sparten: Beachvolleyball, Blindenfußball, Bowling, Boxen, Dart, Frauen- und Mädchenfußball, Fußball-Herren (insgesamt neun Mannschaften), Futsal, Handball, Kegeln, Marathon, Radsport, Roller Derby, Rugby, Schach, Schiedsrichter, Tischfußball, Tischtennis, Tor- und Goalball und Triathlon. Allen Abteilungen ist ein eigenes Gremium voran gestellt, welches die Interessen der Mitglieder vertritt.<sup>9</sup>

## 2.1 Geschichtlicher Hintergrund

Seinen Ursprung hat der FC St. Pauli im Hamburg-St. Pauli Turnverein<sup>10</sup>, welcher 1862 gegründet wurde. Ab 1907 wurde dort Fußball gespielt, doch erst drei Jahre später schloss sich die Mannschaft dem Norddeutschen Fußball-Verband an. Ab März 1909 spielten die Kiezkicker in braunen Trikots und weißen Shorts. Dies lässt sich auf Amandus Vierth, einem der Mitbegründer der Fußball-Abteilung des St. Pauli TV, zurückführen. Er setzte sich für einen einheitlichen Auftritt der Mannschaft ein. Neun Jahre nach dem NFV-Beitritt feierte der St. Pauli TV das erste Mal den Aufstieg in die höchste Spielklasse.

Aufgrund von Unstimmigkeiten zwischen der Deutschen Turnerschaft<sup>11</sup> und den Sportverbänden verbietet die DT die weitere Teilnahme an Wettkämpfen der Organisationen, wie z. B. des Fußballverbandes. Daraufhin trennten sich die Fußballer 1924 vom

---

<sup>8</sup> Setzt sich aus den Worten Fan und Magazin zusammen. Ein Fanzine ist ein Magazin, welches von Fans für Fans gemacht wird.

<sup>9</sup> Vgl. FC St. Pauli, 2014: <http://www.fcstpauli.com/home/sporttreibende/aktuelles/news>

<sup>10</sup> Kurz St. Pauli TV

<sup>11</sup> Kurz DT

St. Pauli TV und so wurde der FC St. Pauli geboren. Trotz der relativ späten Trennung wird 1910 – das Entstehungsjahr der Fußballabteilung des St. Pauli TV – als Gründungsjahr für den FC St. Pauli festgelegt. Der erste Präsident des neuen Fußballklubs wurde Henry Rehder. Er war wie Amandus Vierth einer der Mitbegründer der Fußballabteilung.

1931 qualifizierte sich der FC für die Norddeutsche Meisterschaft, scheiterte jedoch im Achtelfinale an Lübeck. Im selben Jahr wurde Präsident Henry Rehder von Wilhelm Koch ersetzt. 1935 war eigentlich ein Jahr zum Feiern, denn seit 25 Jahren wurde am Millerntor Sport getrieben, doch die Nationalsozialisten verwüsteten den Platz für eine ihrer Propaganda-Veranstaltungen. Es dauerte eineinhalb Jahre bis der Rasenplatz wieder für einen Spielbetrieb geeignet war. Zur Zeit des Nationalsozialismus hatte Fußball lediglich zwei Funktionen. Einerseits diente das Spiel den Propagandazwecken der Nationalsozialisten und andererseits als Regenerationsphase für Soldaten auf Heimaturlaub. Zwischen 1945 und 1947 – nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges und der Befreiung durch die Alliierten – war es verboten das Amt als Vereinsvorsitzender auszuführen, wenn man der NSDAP angehört hat. So musste Wilhelm Koch zurücktreten und Hans Friedrichsen übernahm seinen Posten. Im Sommer 1947 wurde das Verbot jedoch wieder aufgehoben und Koch kehrte wieder in sein Amt als Vereinspräsident zurück, da ihm lediglich eine Mitläufer-Rolle und keine aktive Mitgliedschaft in der NSDAP bestätigt wurde.

Ein wichtiger Name in der Nachkriegszeit des FC war Karl Miller. Er spielte seit der Saison 1932/33 am Millerntor und lockte mit Hilfe der Schlachtereie seines Vaters und den damit verbundenen Mahlzeiten zahlreiche Fußballgrößen zum FC St. Pauli. Die neue Mannschaft, künftig „Wunderelf“ genannt, setzte sich hauptsächlich aus Fußballern aus Dresden und Berlin zusammen, die dem Ruf Millers folgten und ans Millerntor wechselten.<sup>12</sup> 1948 ging es um die Deutsche Meisterschaft: Nach einem guten Start scheiterte der FC jedoch im Halbfinale am 1. FC Nürnberg. Trotz der Niederlage bei der Deutschen Meisterschaft war die Saison 1947/48 die erfolgreichste der Wunderelf.

---

<sup>12</sup> Vgl. Martens, 2009: 48/49



*Abbildung 2: Wunderelf des FC St. Pauli 1947*  
(Quelle: <http://www.fcstpauli.com/home/verein/historie/vereinsgeschichte>)

Nach der Ära der Wunderelf wurde die Mannschaft einer radikalen Verjüngung unterzogen. Nur drei Spieler blieben erhalten und führten das Team ab sofort an. Durch das junge Team und den neuen Trainer Heinz Hempel, der ehemaliger Spieler und Teil der Wunderelf war, sollte St. Pauli 1952 wieder nach vorne gebracht werden. In der Oberliga-Saison 1953/54 (erste Liga) machte sich die Verjüngung der Mannschaft bezahlt. Die Topform des FC-Teams erinnerte an die Wunderelf, sie glänzten mit einem starken Durchhaltevermögen und Siegen über Hannover 96 und Schalke 04. Doch dann kam der DFB dazwischen. Da die erste Weltmeisterschaft nach dem Zweiten Weltkrieg bevor stand und die Nationalelf ein intensives Training brauchte, um die „*Ehre der Nation*“<sup>13</sup> wieder aufzubauen, wurde die Deutsche Meisterschaft 1954 verkürzt. Laut DFB durfte St. Pauli als Vizemeister nun nicht an der Endrunde der Deutschen Meisterschaft teilnehmen, obwohl sie unter normalen Bedingungen dazu berechtigt waren. Dies führte zu Empörung in Pauli-Kreisen, da Eintracht Frankfurt, Vizemeister der Oberliga Süd, aus unerklärlichen Gründen an der Meisterschaft teilnehmen durfte.

---

<sup>13</sup> Martens, 2009: 64

Die Mannschaft verpasste 1963 schließlich den Eintritt in die neue Bundesliga, wobei die Schuld daran eher auf Seiten des DFB liegt als bei St. Pauli. Aus der Oberliga Nord sollten die besten drei Teams in die Bundesliga kommen. Gemäß DFB-Richtlinien durfte hingegen aus jeder Stadt nur eine Mannschaft in der Bundesliga antreten. Für Hamburg trat in diesem Fall der HSV, Meister der Oberliga Nord, an, obwohl der FC St. Pauli der Berechnung nach der drittbeste Verein aus Norddeutschland war. Dies war schon die zweite Benachteiligung seitens des DFB nach dem Debakel der verkürzten Deutschen Meisterschaft 1954. Die nächsten elf Jahre war die fünfgleisige Regionalliga<sup>14</sup> die zweihöchste Liga und das neue Zuhause des FC. Seit 1942 spielten sie 1963/64 das erste Mal nur in der zweiten Liga. Viermal wurden die Kiezkicker Meister der Regionalliga Nord – so oft wie keine andere Mannschaft. Doch den Aufstieg in die Bundesliga schafften sie in dieser Zeit nicht. 1966 fehlten St. Pauli nur zwei Tore um in die Bundesliga aufzusteigen. Demotiviert starteten sie in die darauffolgende Saison, welche die schwächste in der Geschichte ihrer Regionalliga-Zeit werden sollte. Mit der Saison 1968/69 kam ein neuer Trainer – Erwin „Ata“ Türk, welcher mit einer jungen und dynamischen Mannschaft auftrumpfen wollte. Und die neue Struktur zeigte Wirkung: Nach zehn Spieltagen hatte St. Pauli eine Punktbilanz von 19:1. Trotz allem kam Unbehagen auf, da nur wenige Zuschauer den Weg der Braun-Weißen verfolgten. *„Am letzten Spieltag war St. Pauli zirka 50 Minuten lang in der Bundesliga-Aufstiegsrunde. Während die Türk-Elf gegen BU führte, lag Lübeck bis zur 70. Minute 0:1 in Celle hinten, gewann dann aber doch noch mit 2:1 und wurde so mit einem Punkt Vorsprung Zweiter.“*<sup>15</sup>

1974/75 wurde die Zweite Bundesliga Nord und Süd eingeführt. St. Pauli spielte in der Nord-Staffel, anfangs allerdings sehr schwach. Als Gründe dafür zählen viele neue Spieler, die sich erst noch eingewöhnen mussten und der Weggang des wichtigsten Torjägers der vergangenen Jahre – Franz Gerber. Abermals verlief die Saison typisch für den FC: schwacher Start, ein unverhoffter Sieg, ein Kampf auf die oberen Tabellenplätze, aber letztlich reichte es nicht für den Aufstieg. Nach der Saison mussten zwei Spieler verkauft werden, da das Vereinskonto rote Zahlen schrieb. Der Spielerverlust traf den FC St. Pauli so hart, dass die folgende Saison mit 82 Gegentoren in die Geschichte eingeht.

*„Ins dritte Zweitliga-Jahr ging der FC endlich mit einem Kader, der fast ausschließlich aus Vollprofis bestand: 13 Spieler verdienten ihren Lebensunterhalt nur mit Fußball*

---

<sup>14</sup> Die fünfgleisige Regionalliga teilt sich in Nord, West, Südwest, Süd und Berlin auf.

<sup>15</sup> Martens, 2009: 86

[...]“<sup>16</sup> Auf St. Pauli war es vorher nicht üblich, sein Geld mit dem Spielen zu verdienen. In dieser Saison (1976/77) erkämpfte sich St. Pauli den ersten Tabellenplatz in der Zweiten Bundesliga Nord und es folgte der lang ersehnte Aufstieg in die erste Liga. Das Glück war jedoch nicht von langer Dauer. Die Teilnahme in der Ersten Bundesliga wurde mit dem 18. Platz beendet, woraufhin der Abstieg unausweichlich war. Heimspiele auf einem fremden Platz, schlechte Personalpolitik und viele verletzungsbedingte Ausfälle kamen erschwerend hinzu.

1978/79 wird im Buch „Wunder gibt es immer wieder – Die Geschichte des FC St. Pauli“ von René Martens als „*schlimmste Saison aller Zeiten*“<sup>17</sup> betitelt. St. Pauli hatte zurzeit ein schlechtes Image. Die Fans waren noch nicht über die miese Erstliga-Saison hinweg und innerhalb der Vereinsführung tauchten ständig neue Unstimmigkeiten auf, welche auch in den Medien breit getreten wurden. Die negativen Schlagzeilen gipfelten in einem Lizenzentzug. Der Verein war hoch verschuldet und so entzog ihm der DFB die Lizenz für die Zweite Bundesliga. Es folgten fünf Spielzeiten in der Amateur-Oberliga Nord, das hieß dritte Liga für den FC. 1982 wurde Michael Lorkowski neuer Trainer der Kiezkicker. Die Schwierigkeiten mit den Fans bestanden weiterhin, dies äußerte sich bspw. durch Unruhestifter hinter dem gegnerischen Tor. Trotz allem legte der neue Coach mit seinem Team eine gute erste Saison hin. Und nach einigen Auf- und Abstiegen zwischen der zweiten und dritten Liga feierte der FC 1988 den größten Erfolg der letzten Jahre – den Aufstieg in die Erste Bundesliga. Die Chemie zwischen Mannschaft und Fans schien sich im Laufe der Erstliga-Saison wieder zu verbessern. Die durchschnittliche Zuschauerzahl lag bei 21.000. Zum Vergleich: In der Saison 1984/85 kamen durchschnittlich rund 4.000 Zuschauer. Drei Spielzeiten konnte sich St. Pauli in der Ersten Bundesliga halten, dann folgten vier zweitklassige Saisons bis man 1995-1997 wieder erstklassig spielte. In der letzten Erstliga-Saison erreichte St. Pauli nur Platz 18 und stieg zum dritten Mal aus der Ersten Bundesliga ab. Erst 2000/01 gelang es ihnen wieder oben mitzuspielen, jedoch nur für die eine Saison. In den folgenden Spielzeiten ging es immer weiter bergab. 2002/03 gab es sogar eine Rettungsaktion für den FC, um einen Lizenzentzug und die damit verbundene Strafversetzung in die Oberliga zu vermeiden<sup>18</sup>. Nach vier Jahren in der Regionalliga Nord schaffte St. Pauli den erneuten Aufstieg in die Zweite Bundesliga. Der fünfte und bis heute letzte Aufstieg in die erste Liga feierten die Kiezkicker 2010. Auch hier war nach einer Saison Schluss. Bis heute spielt der FC St. Pauli in der Zweiten Bundesliga!

---

<sup>16</sup> Martens, 2009: 101

<sup>17</sup> Martens, 2009: 111

<sup>18</sup> Vgl. Kapitel 2.5 „Rettungsaktion in der Saison 2002/2003“

## 2.2 Vereinsstruktur

### 2.2.1 Vereinsführung & Gremien

Die Führung des FC St. Pauli setzt sich aus dem Präsidium, der Geschäftsleitung und dem Aufsichtsrat zusammen. Auf der jährlichen Mitgliederversammlung<sup>19</sup> im November 2014 wurden die Vereinsgremien neu gewählt. Die Mitglieder des Vereins wählen den Präsidenten und seine Vertreter. Präsidentenkandidaten werden vom Aufsichtsrat ausgewählt. Kandidaten für das Amt der Vizepräsidenten werden vom Präsidenten bestimmt. Die Amtszeit des Präsidiums beträgt vier Jahre und das Amt wird ehrenamtlich ausgeführt.

Das neugewählte Präsidium setzt sich aus dem Präsidenten Oke Göttlich (Zweiter von links) und den vier Vizepräsidenten Reinher Karl, Joachim Pawlik, Thomas Happe und Jochen Winand (v. l.) zusammen.



Abbildung 3: Präsidium 2014  
(Quelle: <http://www.fcstpauli.com/home/verein/gremien/prasidium>)

---

<sup>19</sup> „Die Mitgliederversammlung ist das oberste Beschlussorgan des Vereins. In ihr sind alle Mitglieder gemäß § 6 (Mitgliedschaft), Ziffer 1 stimmberechtigt, soweit sie das 16. Lebensjahr vollendet haben und das Stimmrecht nach den sonstigen Regelungen dieser Satzung nicht eingeschränkt oder ausgeschlossen ist.“  
§13 Mitgliederversammlung aus der Satzung des FC St. Pauli

Neben dem Präsidium wurde auf der Mitgliederversammlung 2014 auch über einen neuen Aufsichtsrat abgestimmt. Wie das Präsidium wird er von der Mitgliederversammlung für vier Jahre gewählt. Er besteht aus sieben Mitgliedern, welche ehrenamtlich arbeiten und in keinem anderen Gremium außer der Mitgliederversammlung tätig sein dürfen. Die neue Vorsitzende des Aufsichtsrates ist Sandra Schwedler. Sie ist in der Vereinsgeschichte die zweite Frau in einer leitenden Position. Ihre Stellvertreter sind Marcus Schulz (ehem. Vorsitzender) und Roger Hasenbein.

Die Geschäftsleitung des FC besteht aus Michael Meeske und dem Sportdirektor Thomas Meggle. Michael Meeske vertritt als Geschäftsleiter den Verein nach innen und außen. Er koordiniert den Geschäftsbetrieb und ist verantwortlich für die Bereiche Vermarktung, Etat, Lizenzen und zusätzlich für das Millerntor-Stadion. Thomas Meggle war seit der Saison 2014/15 Cheftrainer der Profi-Mannschaft des FC St. Pauli. Seine Trainerkarriere begann er 2009 beim FC St. Pauli als Co-Trainer von Holger Stanislawski. Nach nur drei Monaten wurde Meggle zum neuen Sportdirektor ernannt und leitet nun die Abteilung der Lizenzspieler und betreut den fußballerischen Nachwuchs. Zudem wickelt er den Transfer von Spielern ab und kümmert sich um die Personalauswahl, Budgetierung und Finanzen.

Des Weiteren gibt es bei St. Pauli einen Amateurvorstand, einen Ehrenrat und einen Wahlausschuss. Der Amateurvorstand kümmert sich um die Belange der Sportabteilungen aus den Amateurligen wie z. B. Beachvolleyball, Boxen und Rugby. Der Ehrenrat setzt sich aus fünf Mitgliedern zusammen und klärt hauptsächlich Unstimmigkeiten innerhalb des Vereins – *„Schlichtungsorgan, Ehrengericht und Berufungsinstanz“*<sup>20</sup>. Außerdem ehren sie langjährige Mitglieder und repräsentieren den Verein auf besonderen Anlässen wie Geburtstagen oder Hochzeiten. Der Wahlausschuss besteht aus sechs Mitgliedern und ist für alle Wahlen, die den Verein betreffen zuständig.

Als letztes Vereinsgremium gibt es die AGiM, die Arbeitsgemeinschaft interessierter Mitglieder. Sie arbeiten vereinsunabhängig und engagieren sich in der Vereinspolitik und unterstützen diesen. Es finden regelmäßige Treffen für Diskussionen und den Austausch von Informationen statt. Außerdem nehmen die Mitglieder der AGiM an den Vereinssitzungen teil.

---

<sup>20</sup> FC St. Pauli, 2014: <http://www.fcstpauli.com/home/verein/gremien/ehrenrat>



### 2.2.2 Trainer und Team (Saison 2014/15)

Das Profi-Team der laufenden Saison besteht aus insgesamt 28 Spielern – drei Torwarte, zehn Abwehrspieler, zehn Spieler im Mittelfeld und fünf im Sturm. Trainiert wurden sie bis zum 16. Dezember 2014 von Thomas Meggle und seinem vierköpfigen Trainerteam. Da Meggle jedoch zum neuen Sportdirektor ernannt wurde, übernahm Ewald Lienen den Posten des Cheftrainers und unterzeichnete einen Vertrag bis 2016.<sup>21</sup> Team-Manager ist Christian Bönig. Außerdem verfügt die Mannschaft über zwei Mannschaftsärzte, drei Physiotherapeuten und zwei Zeugwarte.

*„Der bisherige Coach und das Präsidium hatten sich gemeinsam dazu entschieden, durch einen Wechsel auf der Trainerposition einen neuen Impuls im Abstiegskampf zu setzen.“<sup>22</sup> Ewald Lienen arbeitet schon mehrere Jahre als Trainer, sowohl in der ersten als auch in der zweiten Liga. Die vergangenen Spielzeiten war er meist im Ausland beschäftigt, hat nach eigenen Aussagen den St. Pauli aber immer im Auge gehabt: „Ich habe mich immer mit dem Verein beschäftigt und eine Affinität zum FC St. Pauli gehabt. Es ist ja nichts Neues, dass der Verein eine der interessantesten Marken im deutschen Fußball ist. Für jeden Trainer ist es reizvoll, in solch einem Umfeld mit solch einem Publikum im Rücken zu arbeiten.“<sup>23</sup> Auch von den treuen Fans zeigt sich der neue Cheftrainer beeindruckt und will sie wieder glücklich sehen, was er mit seinem Ziel – dem Klassenerhalt – erreichen möchte. Gegenwärtig spielt der FC St. Pauli in der Zweiten Bundesliga, befindet jedoch auf dem Abstiegsplatz. Nach der Winterpause gilt es, sich in der Tabelle wieder nach oben zu kämpfen und so den momentan drohenden Abstieg zu verhindern.*

### 2.2.3 Soziale Verantwortung

Unter „Soziale Verantwortung“ sind auf der Webseite des FC St. Pauli zwei Stichpunkte aufgelistet: Kiezhelden und Viva con Aqua. Dies zeigt, dass der Verein und seine Mitglieder neben dem Geschäfts- und Fußballgeschehen auch soziales Engagement zeigen und sich für ihre Mitmenschen einsetzen.

*„Wir wollen gemeinsam mit Euch den Kiez und die Welt ein kleines Stückchen besser machen! Deshalb fordern wir Menschen auf, sich aktiv und gemeinnützig zu engagie-*

---

<sup>21</sup> FC St. Pauli, 2014: <http://www.fcstpauli.com/profis/news/6703>

<sup>22</sup> Ebd.

<sup>23</sup> FC St. Pauli, 2014: <http://www.fcstpauli.com/profis/news/6704>

*ren. Wir setzen positive Signale für gesellschaftliche und kulturelle Vielfalt – und zeigen, dass Helfen glücklich macht.*<sup>24</sup> Das ist die Antwort auf die Frage, was mit Kiezhelden erreicht werden soll. Kiezhelden ist eine Initiative des FC St. Pauli, der Spendenplattform betterplace und der Agentur thjnk. Die drei Akteure haben eine Plattform geschaffen, an der sich jeder, der etwas bewegen und verbessern möchte beteiligen kann. Bei Kiezhelden kann man sich bei einer Vielzahl von Projekten engagieren, egal ob mit seiner Zeit oder seinem Geld. Außerdem kann jeder selbst Projekte, die anderen helfen, ins Leben rufen und sie über die Webseite der Kiezhelden publik machen. Gegenwärtige Projekte sind bspw. „Laut gegen Nazis!“ und „Fanräume e.V. – Mehr Raum für Fans“. Bei „Laut gegen Nazis!“ handelt es sich um Aufklärungsarbeit über die Themen Rechtstextremismus und Menschenverachtung in der Öffentlichkeit und speziell in Schulen. Das zweite Projekt hat sich anfangs für Fanräume im neuen Millerntor-Stadion eingesetzt, welche sie bis heute realisieren konnten und sammelt nun weiterhin Geld für die Unterhaltung der Fanräume und Weiterentwicklung der Fan- und Jugendarbeit.

Das Viva con Aqua-Projekt ist ebenfalls auf der Kiezhelden-Webseite vertreten. Viva con Aqua de Sankt Pauli ist ein gemeinnütziger Verein, welcher sich seit 2006 mit verschiedenen Wasser- und Bildungsprojekten engagiert. Der Verein beschäftigt sich hauptsächlich mit der Beschaffung von Spendengeldern mit Hilfe von vielen außergewöhnlichen Aktionen wie Lesungen, Hochzeitsfeiern, Auktionen, Flash Mobs, Poetry Slams oder Fußballspielen und dem Einsammeln von Pfandbechern. So findet man bei jedem Heimspiel des FC St. Pauli Helfer von Viva con Aqua, die Pfandbecher der Stadionbesucher entgegennehmen. Der Pfand dient schließlich als Spende.

2010 wurde die Stiftung Viva con Aqua de Sankt Pauli ins Leben gerufen, die sogenannte WASH-Projekte fördern möchte. WASH ist in diesem Zusammenhang die Abkürzung für Water (Wasser), Sanitation (Sanitär) und Hygiene (Hygiene). Ebenfalls 2010 gründeten Verein und Stiftung zusammen die Wasser GmbH, die mit den erwirtschafteten Gewinnen Wasserprojekte langfristig unterstützen möchte. Bislang konnten 21 Projekte erfolgreich realisiert werden. Beispielsweise wurden 2006 in Havanna (Hauptstadt von Kuba) in 153 Kindergärten und vier Sporteinrichtungen Trinkwasserspender aufgestellt. Außerdem wurden zwölf Tiefbohrbrunnen in Äthiopien gebaut, die die Bevölkerung mit sauberem Trinkwasser versorgen.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Kiezhelden, 2014: <http://www.kiezhelden.com/warum>

<sup>25</sup> Vgl. FC St. Pauli, 2014: <http://www.fcstpauli.com/home/verein/verantwortung/viva>

Neben diesen beiden Plattformen gibt es noch eine große Anzahl weiterer Projekte und Aktionen rund um St. Pauli, wie etwa die Abteilung Fördernde Mitglieder<sup>26</sup>. Jeder, der nicht sportlich aktiv ist, kann dort trotzdem aktiv werden. Als AFM-Mitglied fördert man mit seinem Beitrag den Nachwuchs und die Vereins- und Fankultur. Die AFM verwaltet ihre Mitgliedsbeiträge selbstständig und konnte schon viele Projekte verwirklichen, die der Verein sonst nicht hätte finanzieren können. Zudem subventionieren sie nicht nur die Abteilung Fußball, sondern helfen auch bei den zahlreichen anderen Sportarten des FC. *„Darüber hinaus wollen wir mit unserem Engagement zu einem sozialen und integrativen Miteinander im Verein beitragen und die Identifikation mit dem Verein fördern.“*<sup>27</sup> Durch die finanzielle Unterstützung erhalten AFM-Mitglieder verschiedene Vorteile, sind berechtigt an der AFM-Jahreshauptversammlung teilzunehmen und haben dort auch ein Stimmrecht – dies geschieht *„autonom und selbstständig. Das Präsidium des FC St. Pauli hat hier lediglich ein Mitspracherecht.“*<sup>28</sup>

## 2.3 Das Millerntor-Stadion und seine Geschichte

Das Millerntor-Stadion – oder von den Medien auch oft „Freudenhaus der Liga“ genannt – ist der Mittelpunkt des FC St. Pauli und liegt im gleichnamigen Stadtteil St. Pauli. Der Name Millerntor-Stadion kommt vom ehemaligen Hamburger Stadttor, dem Millerntor, welches unweit der Spielstätte lag. Das Stadion bietet momentan Platz für 29.063 Zuschauer. Nach der letzten Umbauphase, der Erneuerung der Nordkurve, sollen dort insgesamt 30.000 Zuschauer Platz finden. Neben Steh- und Sitzplätzen verfügt das Millerntor-Stadion auch über 39 Séparées und zwei Ballsäle.

Die Geschichte der Spielstätte des FC St. Pauli beginnt nach dem Ersten Weltkrieg. Damals wurden einfache Hartplätze angelegt, auf denen auch andere Vereine ihr Training und ihre Spiele ausgetragen haben. 1933 entstand das erste stadionähnliche Millerntor durch das Anbringen von Stehtraversen rund um den alten Platz, auf dem im Januar 1935 das erste Punktspiel ausgetragen wurde.

Im Zweiten Weltkrieg wurde das Stadion vollständig vernichtet. 1946 baute der Verein mit Hilfe seiner Mitglieder schließlich ein richtiges Stadion, welches jedoch 15 Jahre später aufgrund der im Jahr 1963 geplanten Internationalen Gartenausstellung wieder

---

<sup>26</sup> Kurz AFM

<sup>27</sup> Abteilung Fördernde Mitglieder, 2014: <http://www.fcstpauli-afm.de/afm-home/ueber-uns/ueber-die-afm-4.htm>

<sup>28</sup> Abteilung Fördernde Mitglieder, 2014: <http://www.fcstpauli-afm.de/afm-home/mitglied-werden/jetzt-afm-mitglied-werden--7.htm>

abgerissen wurde. Heute befindet sich an dieser Stelle die große Parkanlage „Planten un Blomen“. Mit dem Abriss des alten Stadions wurde gleichzeitig das Millerntor-Stadion an seinem heutigen Standort errichtet. Trotz des neuen Stadions fanden ab Mitte 1962 keine Spiele mehr statt. Der St.-Pauli-Spieler Heinz Deiniger brach sich in einem Spiel gegen den Berliner SV 92 den linken Knöchel. Er blieb im Rasen hängen und knickte um – man hatte beim Bau des Stadions die Drainage<sup>29</sup> vergessen und so bestand der Platz bei Regen nur aus Dreck und Matsch. Der damalige Vereinspräsident Wilhelm Koch ließ den Spielbetrieb daraufhin einstellen und beantragte Geld für den Bau einer Entwässerungsanlage. Am 10. November 1963 konnte der Spielbetrieb wieder aufgenommen werden und St. Pauli gewann sein erstes Spiel auf dem neuen Rasen mit 6:0 gegen den VfL Wolfsburg.

Zu Ehren des 1969 verstorbenen Ex-Präsident Wilhelm Koch (Amtszeit 1931-1945 und 1947-1969) wurde 1970 das Stadion in Wilhelm-Koch-Stadion umbenannt. Als 27 Jahre später bekannt wird, dass Koch NSDAP-Mitglied war – zumindest formal und ohne politische Aktivität – wird eine erneute Namensänderung in Millerntor-Stadion beschlossen. Seit diesem Tag gab es keine Umbenennung mehr und auf der JHV 2007 wurde zudem festgelegt, dass der Stadionname nicht verkauft oder zu Werbezwecken genutzt werden darf.

Seit 2006 wird die Heimat des FC St. Pauli nach und nach erneuert. Es wird eine Tribüne nach der Anderen abgerissen und neu aufgebaut. Man hat sich dafür entschieden schrittweise vorzugehen, um die anderen Tribünen weiter für den normalen Fußballbetrieb nutzen zu können. Im Dezember 2006 wurde die Südtribüne abgetragen, welche fast ein Jahr später teilweise für die Zuschauer zugänglich gemacht wurde. Erst im Juli 2008 fand die offizielle Eröffnung statt. In der neuen Südtribüne finden heute der Fanshop, die Büros der Geschäftsstelle und ein Eventraum Platz. 2009 wurde die Haupttribüne des Stadions abgerissen und bis zum Saisonstart 2010 fertiggestellt. In ihr befindet sich neben ausreichenden Steh- und Sitzplätzen der VIP-Bereich. Im selben Schritt ist zwischen der neuen Süd- und Haupttribüne eine Kindertagesstätte entstanden. Das „Piraten-Nest“ ist die erste Kita der Welt, welche in ein Fußballstadion integriert wurde. Sie wurde ebenfalls 2010 eröffnet und bietet Platz für ca. 100 Kinder. Nach der Saison 2011/12 wurden die Bauarbeiten an der Gegengerade in Angriff genommen. Der Unterrang war zu Beginn der neuen Saison bereits wieder für die Fans begehbar. Die komplette Gegengerade ist seit 2013 wieder einsatzbereit und mit ihrer Fertigstellung wurde die Kapazität des Millerntor-Stadions auf 29.063 erhöht. Als letzte

---

<sup>29</sup> Eine Drainage dient mit Hilfe eines Rohrsystems der Entwässerung der Rasenfläche.

Baumaßnahme folgt nun die Erneuerung der Nordtribüne. 2014 wurde die Tribüne bereits abgetragen und für die Zuschauer bei den Heimspielen gesperrt. Die geplante Fertigstellung in diesem Jahr ist allerdings nicht mehr zu realisieren.

Besonderheiten im Millerntor-Stadion sind bspw. der Schriftzug „Welcome to the Hell of St. Pauli“, welcher über dem Eingang der Südkurve prangt – genau dort, wo die gegnerischen Fans das Stadion betreten. Im Spielertunnel steht zwischen Totenköpfen der Claim „FC St. Pauli – Non established since 1910“.

## **2.4 Die Berg- und Talfahrt in der Bundesliga (ab 1963)**

Der FC St. Pauli ist neben Fußballklubs wie dem 1. FC Nürnberg oder Arminia Bielefeld ein Verein mit vielen Auf- und wieder Abstiegen. Insgesamt schafften sie es fünfmal in die Erste Bundesliga aufzusteigen und leider meist nach einer Saison direkt wieder abzustiegen – direkte Abstiege erfolgten bei drei von fünf Aufstiegen.

Mit der Einführung der Bundesliga im Jahr 1963 wurden die alten Oberligen aufgelöst und als zweithöchste Spielklasse entsteht die Regionalliga (damals fünfgleisig – aufgeteilt in Nord, West, Südwest, Süd und Berlin). 1974 wird schließlich eine zweigleisige Zweite Bundesliga, geteilt in Nord und Süd, eingeführt. Die Regionalligen werden aufgelöst und im Norden Deutschlands wird die Oberliga wieder als dritte Liga geschaffen. Vier Jahre später wird die Oberliga auch im Rest des Landes als dritte Spielklasse eingesetzt. 1981 wird die Zweite Bundesliga eingleisig. Als 1994 erneut eine Regionalliga gebildet wird, rutscht die Oberliga in die Viertklassigkeit. 2008 folgt die Einführung der dritten Liga, wodurch die Regionalliga zur vierten und die Oberliga zur fünften Spielklasse wird. Das aktuelle Ligasystem in Deutschland ist wie folgt aufgebaut: Erste Bundesliga, Zweite Bundesliga, dritte Liga, Regionalliga, Oberliga.

Im folgenden Diagramm wird das Auf und Ab des FC St. Pauli grafisch dargestellt. Daraus lässt sich neben den fünf Aufstiegen in die Erste Bundesliga erkennen, dass St. Pauli seit 1963 die meisten Spielzeiten in der zweiten Liga verbracht hat: in 51 Jahren insgesamt 34 Spielzeiten. Nur dreimal ist der FC in die Drittklassigkeit abgerutscht, dies allerdings für zehn Spielzeiten. Alles in allem können, seit 1963 die Bundesliga eingeführt wurde, acht Aufstiege verbucht werden, denen jedoch auch acht Abstiege gegenüber stehen. Seit der Saison 2011/12 halten sich die Kiezkicker in der Zweiten Bundesliga – stehen dort momentan jedoch nur auf dem 17. Tabellenplatz (Stand: 30.12.2014).

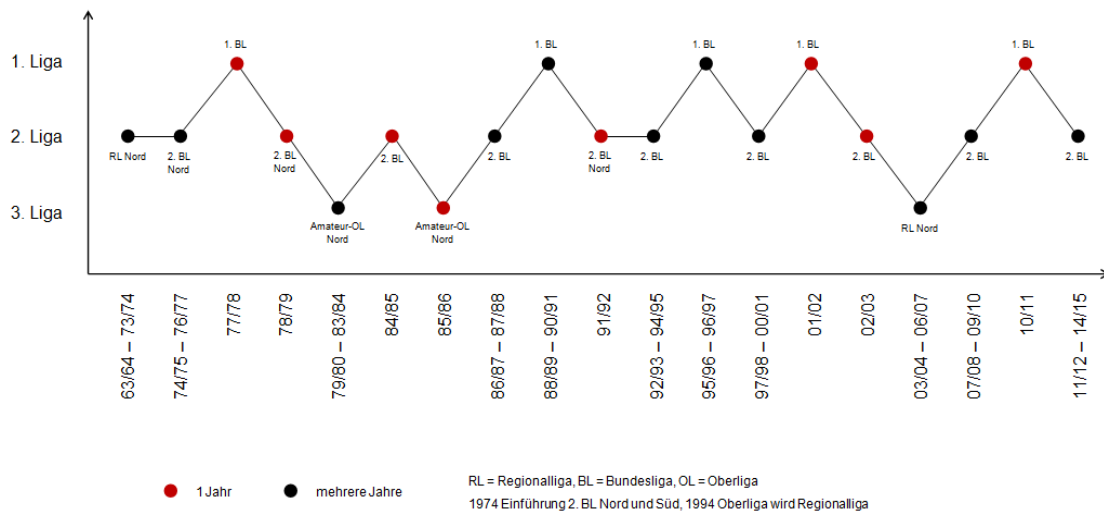


Abbildung 4: Übersicht über die Auf- und Abstiege des FC St. Pauli seit Einführung der Bundesliga (Quelle: eigene Abbildung)

## 2.5 Rettungsaktion in der Saison 2002/03

Nach der Saison 2001/02 in der Ersten Bundesliga betitelte man den FC St. Pauli als „Welpokalsieger-Besieger“. Der 2:1-Sieg gegen den Meister FC Bayern München am 6. Februar 2002 ging in die Vereinsgeschichte ein. Jedoch war dies der einzige Lichtblick der Saison und man stieg erneut in die Zweite Bundesliga ab.

Auch die nächste Saison verlief nicht nach dem Wünschen des Vereins. Denn am Saisonende fiel man in die Drittklassigkeit und St. Pauli hatte eine Liquiditätslücke von rund 1,9 Mio. €. Um der dadurch drohenden Strafversetzung in die Oberliga zu entgehen, musste dem DFB eine Reserve von 1,95 Mio. € vorgewiesen werden und dies bis zum 11. Juni 2003. Der Verein setzte mit Hilfe seiner Fans, Sponsoren und vielen anderen Helfern alle Hebel in Bewegung um die bevorstehende Katastrophe zu verhindern.

Zu diesem Zweck wurde eine große „Retter-Kampagne“ gestartet<sup>30</sup>:

- Verkauf des Jugendleistungszentrums am Brummerkamp an die Stadt Hamburg
- Herstellung und Verkauf von T-Shirts mit dem Aufdruck „Retter“
- Der FC Bayern München stellte sich kostenfrei für ein Benefizspiel mit dem Slogan „Welpokalsieger-Besieger gegen Welpokalsieger“ zur Verfügung.

<sup>30</sup> Vgl. Thomessen, 2014: 86/87

- Die Biermarke Astra beteiligte sich mit der Aktion „Astra trinken – St. Pauli retten“ und spendete 1 € pro Kasten an den Verein.
- Kneipen auf dem Kiez halfen mit „Saufen für St. Pauli“, indem sie pro Bier 0,50 € Aufschlag nahmen.
- Im Stadion wurden einige Events veranstaltet: DJ-Soundclash, Jazzfestival, Freiluftkino und ein „Finales Retterkonzert“
- Verkauf von 11.700 Dauerkarten (obwohl noch nicht geklärt war, in welcher Liga der FC St. Pauli in der nächsten Saison spielen würde!)
- Zudem gab es Bargeldspenden in Höhe von 200.000 €.

Diese Vielzahl an Rettungsaktionen brachte in gerade einmal drei Monaten mehr als die benötigten 1,95 Mio. € ein und so blieb dem FC St. Pauli der weitere Abstieg innerhalb einer Saison erspart.

## 2.6 Sponsoring

Sponsoring ist ein Werkzeug des modernen Kommunikationsmix. *„Sponsoring bedeutet die Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten, die mit der Bereitstellung von Geld, Sachmitteln, Dienstleistungen oder Know-how durch Unternehmen und Institutionen zur Förderung von Personen und/oder Organisationen in den Bereichen Sport, Kultur, Soziales, Umwelt und/oder den Medien, unter vertraglicher Regelung der Leistung des Sponsors und Gegenleistung des Gesponserten verbunden sind, um damit gleichzeitig Ziele der Marketing- und Unternehmenskommunikation zu erreichen.“*<sup>31</sup>

Das Sportsponsoring kam Anfang der 1980er Jahre auf. Durch Sponsoring im Sport sollen Mannschaften oder Einzelsportler mit Hilfe von Geld oder Sachmitteln unterstützt und gefördert werden. Der Sponsor erhält dafür eine Gegenleistung. Die Ziele der Sponsoren sind dabei einerseits Steigerung von Umsatz, Absatz und Markenwert und andererseits Bekanntheitssteigerung, Imageprofilierung/-entwicklung und eine gezielte Zielgruppenansprache.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Bruhn, 2014: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/5126/sponsoring-v7.html>

<sup>32</sup> Ebd.

### 2.6.1 Sponsoren des FC St. Pauli

Die Kiezkicker haben aktuell den Mobilfunkanbieter congstar als Hauptsponsor. Congstar beschreibt die Kooperation mit dem FC wie folgt: *“congstar und St. Pauli – das ist eine Partnerschaft, die einfach passt. Immer dynamisch, einsatzbereit, leidenschaftlich und fair.”*<sup>33</sup> Zudem hat der Kiezklub noch weitere Sponsoren wie die Biermarke Astra, den Automobilhersteller MINI und den Sportartikelhersteller hummel. Insgesamt kommt der FC St. Pauli auf 62 Sponsoren (inklusive den oben genannten). Astra und St. Pauli verbindet eine besondere Beziehung, auf die im nächsten Unterpunkt genauer eingegangen wird. Der Automobilhersteller MINI – eine Tochtergesellschaft von BMW – führt regelmäßig Aktionen für und mit dem FC durch. Am 8. November 2014 beim Spiel vom FC St. Pauli gegen den FC Heidenheim standen vor dem Stadion St. Pauli MINIs – die Fahrzeuge wurden mit dem St. Pauli Schriftzug und einem Totenkopf beklebt. Eine Moderatorin animierte die wartenden Fans sich an einem Spiel zu beteiligen und so ein Wochenende mit einem St. Pauli MINI zu gewinnen.<sup>34</sup> MINI-Besitzer, die ihre Vereinstreue nach außen präsentieren möchten, können mit Hilfe eines Dekor-Sets<sup>35</sup> ihr Auto im FC St. Pauli Stil aufpeppen lassen. Der Sportartikelhersteller hummel hat eine komplette St. Pauli-Kollektion und dazu noch eine extra auf 1910 Stück limitierte Trikotedition herausgebracht. *„Dank der Zielsetzung die Welt durch Sport zu verändern haben hummel und der FC St. Pauli ein gemeinsames Anliegen. Daraus entstand eine Kollektion, die die Kiezhelden aus St. Pauli in den Fokus rückt – eine Hommage an die Lokalhelden und anonymen Wohltäter, die ihren Teil dazu beitragen, die Welt besser zu machen.”*<sup>36</sup> Die Besonderheiten der St. Pauli-Kollektion liegt in Sternen und dem Logo, welche im Dunkeln leuchten oder dem Totenkopf auf Herzhöhe in der Innenseite des Trikots.

### 2.6.2 Astra und FC St. Pauli

Astra ist eine mittlerweile sehr bekannte Biermarke mit lokaler Verankerung in Hamburg und gilt wie der FC als Underdog. Als Underdog wird jemand bezeichnet, der benachteiligt oder unterlegen ist. Im Bezug auf Fußball wird dem Underdog eine Außenseiterrolle zugeordnet. 1647 wurde es zum ersten Mal gebraut, damals noch

---

<sup>33</sup> Congstar, 2014: <http://www.congstar.de/fc-st-pauli/?afid=203506-68746153275433665>

<sup>34</sup> Eigene Beobachtung am 8. November 2014

<sup>35</sup> Vgl. Mini, 2014: [http://hamburg-elbvororte.mini.de/dealer/hamburg-elbvororte/special\\_offers/MINI\\_St\\_Pauli\\_2014/index.html](http://hamburg-elbvororte.mini.de/dealer/hamburg-elbvororte/special_offers/MINI_St_Pauli_2014/index.html)

<sup>36</sup> Hummel, 2014: <http://www.hummel.net/de-DE/karma/page/850/FC%20St.%20Pauli%20Kiezhelden>



unter dem Namen Bavaria Beer. Seit 1909 heißt das Bier nun Astra Urtyp und 2000 erhält Astra den heute populären Herz-Anker als Markenzeichen. Durch die 1998 gestartete Kampagne „Astra – Was dagegen?“ wollte Astra provozieren und seine Bekanntheit steigern. Bis heute hat sich das Unternehmen einem großen Imagewandel unterzogen und erobert die Herzen der Fans. Heute gilt Astra als Kult und wird nicht nur in Hamburg gerne getrunken.

Das Unternehmen sponsert und unterstützt den FC St. Pauli von Beginn an. Die Unterstützung beruht auf Gegenseitigkeit – im Millerntor wird bspw. ausschließlich Astra-Bier ausgeschenkt. 2001 brachte Astra eine Sonderedition mit eigenen FC St. Pauli-Etiketten auf den Markt und wurde spontan Trikotsponsor, da ein anderer abgesprungen ist. Im Krisenjahr 2002 als der Abstieg in die Zweite Bundesliga schon feststand, machte Astra deutlich, dass es auch in schwierigen Zeiten zu St. Pauli steht und zwar „auf immer und ewig“. Auch ein Jahr später, bei der Retterkampagne, half Astra mit der Aktion „Astra trinken – St. Pauli retten“, um den Lizenzentzug zu verhindern. Astra und FC weisen viele Parallelen auf, sei es im Image als Underdog oder durch ihre lokale Verbundenheit – das ist auch der Grund warum sie so gut zusammenpassen.

### 3 Der Anker von St. Pauli - Die Fans

Der FC St. Pauli wird wie kein anderer Verein von seiner „Basis“, also seinen Fans, bestimmt. Durch sie wurde schon die Stadionordnung geändert, das Totenkopf-Symbol eingeführt und sie haben für ein Mitspracherecht im Verein gekämpft und dieses schließlich auch erhalten.<sup>37</sup> Die Interessen der Fans werden durch Organisationen wie die AGiM, die Redaktionen der Fanzines und den Fanklubsprecherrat vertreten. Die AFM engagiert sich speziell für den Nachwuchs des FC. Sie sammeln Spenden und sichern so die sportliche Zukunft der Jugend.

#### 3.1 Die besondere Fankultur – Mythos politischer Fan

Die Fankultur des FC St. Pauli wie man sie heute kennt entwickelte sich um die Saison 1986/87. Bis Mitte der 1980er Jahre war die Fanstruktur auf St. Pauli eine andere – nämlich ohne politischen Einfluss. Grund für den Einzug der vor allem politisch linken Gemeinde war, dass sich die Fangruppen grundsätzlich veränderten, bspw. eine immer stärker werdende Hooligan-Szene. Der Ausdruck „Hooligan“ kommt aus dem Englischen und bezeichnet einen *„vor Gewalt nicht zurückschreckenden Menschen (besonders bei öffentlichen Großveranstaltungen wie Fußballspielen oder Rockkonzerten)“*<sup>38</sup>. Ein weiterer Grund für die sich verändernden Fangemeinden beim FC war das vermehrte Auftreten Rechtsradikaler beim HSV. Das ließ den St. Pauli als gute Alternative erscheinen und so verließen viele den „großen“ HSV für den „kleinen“ FC St. Pauli. Auch St. Pauli als Stadtteil zog in dieser Zeit neue Besucher an, z. B. die Bewohner der besetzten Häuser in der Hafenstraße.<sup>39</sup> 1986/87 versammelten sich kleine Gruppierungen politisch linksorientierter Stadiongänger und trugen linke Parolen, Banner und Fahnen ins Millerntor: „Nie wieder Faschismus – Nie wieder Krieg – Nie wieder 3. Liga“ hieß es dort. Zu den politisch links stehenden gehörte auch Doc Mabuse, welcher einige Jahre zuvor die Totenkopf-Fahne ans Millerntor brachte.

*„Ein Schlüsseljahr im Kapitel Fans und Politik von St. Pauli war das Jahr 1989: Im April jenes Jahres erreichten die Proteste gegen das gigantomanische Sport-Dome-Projekt“*<sup>40</sup>

---

<sup>37</sup> Vgl. Lauber-Schmidt (Hg.), Broeckerhoff, 2004: 60

<sup>38</sup> Wissen, 2014: <http://www.wissen.de/lexikon/hooligan>

<sup>39</sup> Vgl. Kapitel 3.2 „Entstehung der Totenkopf-Marke“

<sup>40</sup> Dabei handelt es sich um ein Projekt für einen Stadionneubau mit kompletter Randbebauung. Der „Sport-Dome“ sollte Deutschlands größte Sportarena werden und auch für andere Veranstaltungen das ganze Jahr zur Verfügung stehen.

des damaligen St.-Pauli-Präsidenten Weissner am Millerntor ihren medienwirksamen Höhepunkt, als Fans in der Anfangsphase eines Spiels einen Anfeuerungsboykott organisierten.“<sup>41</sup> Der Mythos des politischen St. Pauli Fans war geboren. Auch nach den Protesten gegen das Sport-Dome-Projekt folgten weitere Fanaktionen. Im August gab es eine zum Thema Antirassismus: Es wurde ein offener Brief verteilt und darin auf die vermehrten rassistischen Äußerungen und Banner aufmerksam gemacht. Medien und die Verantwortlichen des DFB hielten sich heraus, deshalb nahmen die Fans die Sache selbst in die Hand. Die Aktion war ein voller Erfolg und bildete den Startpunkt der Fanarbeit gegen Rassismus und der Selbstorganisation der Fans. Als Abschluss formulierten sie einen Forderungskatalog, der besagt, dass Verein und auch Spieler besser mit ihren Fans kommunizieren müssen und der DFB Aufklärungsarbeit in Bezug auf Rassismus leisten soll. Der FC und seine Fans waren sozusagen die Vorreiter und es dauerte 10-15 Jahre bis weitere Vereine und Verbände sich ebenfalls für Antirassismus-Aktionen engagierten.

Aus den Protesten gegen den geplanten Sport-Dome entstand das erste Fanzine Deutschlands: Fanzine Millerntor-Roar! 15 Fans schlossen sich zur Gründung zusammen, um allen Fans eine Stimme zu geben. Der Millerntor-Roar! befasste sich mit fußballbezogenen Themen über Fanangelegenheiten und das Viertel St. Pauli bis hin zu Politik. Es stellte „eine Schlüsselrolle im Prozess der Formierung einer alternativen, politisch engagierten Fanszene“<sup>42</sup> dar. Die letzte Ausgabe erschien im April 1993. Die dreieinhalb Jahre des Millerntor-Roar! prägten den Mythos des politischen Fans am stärksten. Es gab zwei Nachfolger des ersten Fanzines: Unhaltbar! und Übersteiger. Jedoch konnten beide nicht an den Erfolg des Millerntor-Roar! anknüpfen.

Nach den ersten Anstößen wird die selbstorganisierte Fanszene immer aktiver: Anfang 1990 eröffnet der Fanladen. Ab sofort konnten Fanartikel mit dem Totenkopf-Symbol gekauft werden. Da der Verein sich gegen das Symbol wehrte, gab es bis zu diesem Zeitpunkt nur die handelsüblichen Fanartikel mit dem normalen FC St. Pauli Logo. Neben dem neuen Fansortiment wurden auch neue Räume für Treffen und eine Infostelle für Fans geschaffen. Heute ist der Fanladen eine Institution, die nicht mehr wegzudenken ist. Im Fanladen werden jedoch nicht nur Fanartikel verkauft und ein Platz für Diskussionen geboten. Er ist außerdem „Träger der öffentlichen Jugendhilfe“<sup>43</sup>, hat das Projekt „KiezKick“ ins Leben gerufen, welches kostenfreies (durch Spenden finanziertes) Fußballtraining für Kinder beinhaltet und bietet unter dem Motto „U18 Ragazzi“

---

<sup>41</sup> Lederer (Hg.), Hasenbein, 2010: 71

<sup>42</sup> Lauber-Schmidt (Hg.), Mathar, 2004: 70

<sup>43</sup> FC St. Pauli, 2014: <http://www.fcstpauli.com/fans/fanladen>

verschiedene Angebote, wie z. B. organisierte Auswärtsfahrten für unter 18-jährige. Der Fanladen sieht sich selbst *„als Vertreter und kritischer Beobachter der Fans des FC St. Pauli, als „Anwalt“ für die Fans bei Problemen mit dem Verein, Polizei, Ordnungsdienst oder Behörden und gleichzeitig als Vermittler zwischen Fans und dem Verein.“*<sup>44</sup>

St. Pauli Fans setzten sich vielfach ein. Sie demonstrierten, boykottierten und protestierten gegen alles, was sie als unrecht oder falsch wahrgenommen haben. 1991 nahm ein Fanblock an einer Demonstration für den Erhalt der Hafenstraße teil. Noch im selben Jahr blieben 1500 Fans dem Stadion fern, weil ein Heimspiel ins Stadion des HSV verlegt worden war. Die Fans trafen sich stattdessen vor dem Millerntor-Stadion und verfolgten die Partie im Radio. Des Weiteren konnte durch den Einsatz der Fans eine Änderung der Stadionordnung bewegt werden. Diese beinhaltet das Verbot von rechtsradikalen Parolen, das Mitbringen von Fahnen und Bannern mit rechtem Hintergrund. Ein Verstoß wurde mit Hausverbot bestraft. Für damalige Verhältnisse war dies sehr fortschrittlich, heute ist das Verbot in jeder Stadionordnung Standard. Doch auch die Fanszene von St. Pauli war nicht immer stabil. Mit der Zeit wurden durch die besondere Stimmung im Stadion auch Menschen angezogen, *„die keineswegs mit linken Ideen sympathisierten“*<sup>45</sup>. Infolgedessen erschienen dazu verschiedene Beiträge in der Stadionzeitung, in denen sich Fanzines, Fanklubs und der Fanladen gegen diese Art der Stadionbesucher aussprachen. Sie forderten dazu auf gegen Rassismus und Sexismus vorzugehen, damit das Millerntor wieder so wird wie vorher.

Wenn es um den Stadionnamen geht, dann sind sich die Fans einig: *„Niemand kann uns zwingen, uns zu verkaufen“*<sup>46</sup>. Die Anhänger des FC kämpfen von Anfang an gegen die Kommerzialisierung ihres Vereins, so auch beim Namen des Millerntors. Es wurde ein Mitgliederantrag gegen den Verkauf des Namens an einen Sponsor gestellt und gemäß der Vereinssatzung bekamen Präsidium und Aufsichtsrat die Order, den Stadionnamen zu schützen und ihn nicht aufgrund möglicher Einnahmen zu verkaufen. Auch in dieser Angelegenheit konnten die engagierten Fans einen Erfolg feiern – der Verein gab nach seiner Jahreshauptversammlung 2007 bekannt, dass das Namensrecht am Stadion nicht verkauft wird.

Der Verein weist heute eine Vielzahl an Fanklubs auf, die sich nicht nur als Unterstützung während den Spielen einsetzen, sondern auch außerhalb des Stadions aktiv sind.

---

<sup>44</sup> FC St. Pauli, 2014: <http://www.fcstpauli.com/fans/fanladen>

<sup>45</sup> Lederer (Hg.), Hasenbein, 2010: 75

<sup>46</sup> Lederer (Hg.), Hasenbein, 2010: 78

Dadurch zeigt sich ihre Andersartigkeit nach außen. Viele St.-Pauli-Fans sind linksorientiert, üben politischen Einfluss auf Verein und Öffentlichkeit aus und engagieren sich für vielseitige Projekte. Sie zeigen gerne wofür sie stehen und zu welchem Verein sie gehören. Mit Hilfe von Flugblättern, Transparenten, Sprechchören, Doppelhaltern, Liedern etc. machen sie ihre Einstellung, ihre Macht und ihren Einfluss sichtbar. Die engagierten Fans haben den Verein mit ihrem Verlangen nach Demokratisierung zu dem gemacht was er heute ist: besonders, familiär und nicht nur auf Kommerz bedacht wie seine großen Kontrahenten (HSV, FC Bayern München, Borussia Dortmund). Ohne die besonderen Fans wäre der FC St. Pauli nicht anders als andere wenig erfolgreiche Vereine der Bundesliga. Für die Anhänger des Underdogs geht es um mehr als nur den reinen Konsum von Fußball, mit dem FC wird ein spezielles und einzigartiges Lebensgefühl verbunden und auch gelebt. Ein besonderer unter den vielen St. Pauli Fanclubs sind die Ultras Sankt Pauli – kurz USP. Sie bestehen seit 2002 und sind mittlerweile deutschlandweit organisiert. Haben Abteilungen in Berlin, Bremen, Schleswig-Holstein, Nordrhein-Westfalen und im Süden Deutschlands. Um wirksam arbeiten zu können, teilen sie sich in drei Arbeitsgruppen: Basch, Alerta-Network und Antirazzista. Basch ist ihr Zentralorgan – das Fanzine der USP. Die beiden anderen Arbeitsgruppen befassen sich mit Rassismus und Ausgrenzung. Alerta-Network ist ein internationales Netzwerk, um unterschiedlichste Fanszenen weltweit zu vereinen und Antirazzista verbringt bspw. einen Spieltag mit Menschen mit Migrationshintergrund am Millerntor, um ihnen Abwechslung und Spaß zu bieten. Das „Zuhause“ der USP sind die Stehplätze in der Südkurve des Millerntor-Stadions. Außerdem haben sie im Bereich der Südkurve einen Verkaufsstand für USP-Fanartikel u. ä. und sind häufig im Fanladen anzutreffen. Dort veranstalten sie in regelmäßigen Abständen einen „offenen Abend“, an dem jeder, der sich für ihre Arbeit interessiert, teilnehmen kann.<sup>47</sup>

### 3.2 Entstehung der Totenkopf-Marke

Piraten und Freibeuter verbreiten seit Tausenden von Jahren Angst und Schrecken. Piraten berauben fremde Schiffe auf den Weltmeeren und machen sich damit strafbar. Freibeuter sind Seeräuber, die Schiffe aller Nationalitäten überfallen haben, selbst wenn gerade Frieden herrschte. Ihr Pendant waren Kaperer, die die offizielle Erlaubnis des Königs hatten, in Kriegszeiten Schiffe des Feindes zu überfallen. Die Beute wurde mit dem König geteilt. Jedoch egal um welche Art Seeräuber es sich handelt, alle haben bzw. hatten eines gemeinsam – die Flagge mit dem Totenkopf. Der Totenkopf ist

---

<sup>47</sup> Vgl. Ultras Sankt Pauli 2002, 2014: <http://usp.stpaulifans.de/contact/>

seit jeher ein Symbol für Tod und Lebensgefahr, in der Piraterie zusätzlich für „arm gegen reich“. Auch im Militär wurde der Totenkopf als Zeichen für Erbarmungslosigkeit und Stärke genutzt. Bspw. zeigte man damit zur Zeit des Nationalsozialismus seine politische Zugehörigkeit zur SS<sup>48</sup>.

Ans Millerntor kam der Totenkopf durch „Doc Mabuse“ (bürgerlicher Name: Torsten Hermann). Er war in den 1980er Jahren einer der Hausbesetzer der Hafenstraße. *„Es muss so 82, 83 gewesen sein“, erinnert er sich, „da habe ich auf dem Dom<sup>49</sup> gleich nebenan die Totenkopf-Flagge gekauft, sie an einen Besenstil getackert und sie mit ins Stadion geschleppt.“*<sup>50</sup> Schon bald kamen auch andere Punker mit Totenkopf-Fahnen ins Stadion, genauer gesagt auf die Gegengerade und so begann der Hype um die Totenkopf-Fahne auf St. Pauli. Die Mannschaft des FC kämpfte sich damals innerhalb weniger Jahre von der Drittklassigkeit in die Erste Bundesliga. Dies ließ sich einerseits auf die Mannschaft als starke Einheit, aber andererseits auch auf die Treue und Hingabe der Fans zurückführen, die ihrer Mannschaft in guten wie in schlechten Zeiten nicht von der Seite wichen. Durch die Totenkopf-Fahne hatten sie nun auch ein optisch erkennbares Symbol für ihre Kampfbereitschaft. Doch nicht alle reagierten positiv auf das neue Symbol, vor allem der Vereinsvorstand und der damalige Fanshop nicht. Mit dem Totenkopf wurde Brutalität verbunden, welche sie nicht in ihrem Stadion haben wollten. Doch immer mehr Fans suchten daraufhin im Fanshop nach ihrem neuen Erkennungszeichen, wurden aber nur mit wenig originellen Aufklebern abgespeist. Daraufhin beschlossen einige Fans selbst einen Laden zu eröffnen und Fanartikel mit dem Totenkopf zu vertreiben. Der vereinsunabhängige Laden wurde 1990 gegründet. Nun gab es Shirts, Pullover etc. mit dem Totenkopf-Symbol, wodurch die Fans fortan sich und ihre Liebe zum Verein ausdrücken konnten. Anfang der 1990er Jahre wurde schließlich die FC St. Pauli Marketing GmbH gegründet, um der stetig wachsenden Nachfrage an Fanartikel gerecht zu werden. Der Fanladen besteht weiterhin und verkauft weiter die Totenkopf-Artikel, die Marketing GmbH vertreibt ausschließlich Produkte mit dem offiziellen Logo des FC St. Pauli. Doch als 2000 die FC St. Pauli Vermarktungs-GmbH & Co. KG gegründet wurde, kauften sie die Markenrechte und

---

<sup>48</sup> Erkennungsmerkmal für Hitlers Schutzstaffel.

<sup>49</sup> Der Hamburger Dom ist ein dreimal jährlich stattfindendes Volksfest auf dem Heiligenfestfeld neben dem Millerntor-Stadion.

<sup>50</sup> Hamburger Morgenpost, 2010: <http://www.mopo.de/news/st--pauli-ich-erfand-den-totenkopf-kult,5066732,5150494.html>

seitdem ist der Verein alleiniger Rechteinhaber am Totenkopf-Symbol. Heute ist der Totenkopf neben dem Vereinslogo offizieller Bestandteil der Corporate Identity<sup>51</sup>.

### 3.3 Marketing und Merchandising

Marketing ist die *„Ausrichtung eines Unternehmens auf die Förderung des Absatzes durch Betreuung der Kunden, Werbung, Beobachtung und Lenkung des Marktes sowie durch entsprechende Steuerung der eigenen Produktion“*<sup>52</sup>.

Marketing in Sportvereinen ist eine spezielle Art des Marketings, genauer gesagt des Dienstleistungsmarketings. Dieses ist abhängig von der Immaterialität, dem Leistungsvermögen des Anbieters und einigen externen Faktoren wie der Nachfrage für die Dienstleistungen. Dies bedeutet der Anbieter muss flexibel agieren und kann selten auf eine Standardisierung zurückgreifen. *„Im Sport kommen die Subjektivität und die Unvorhersehbarkeit der Ereignisse als erschwerendes Element für die Planung von Marketingaktionen hinzu. Ein Sportverein, der im professionellen Sport tätig ist, steht als Dienstleister mit seinen Aktivitäten mitten in diesem Spannungsfeld. Er ist abhängig von den Ansprüchen der Nachfrager, in diesem Fall die Zuschauer und Mitglieder des Vereins.“*<sup>53</sup> Bei sportlichem Erfolg sind die Bedürfnisse leicht zu befriedigen, anders sieht es bei sportlichem Misserfolg aus. In diesem Fall ist es schwerer die Unterstützung der Zuschauer und Mitglieder zu bewahren. Demzufolge sollten in erfolgreichen Phasen Vorbereitungen getroffen werden, um in schwierigen Zeiten den Zuschauern mehr bieten zu können und sie so an den Verein zu binden. Denn durch strategisches Marketing ist eine Kundenbindung besser zu realisieren. Außerdem gilt als weiterer Bereich im Sportmarketing das Mitgliedermarketing, welches zur Steigerung der Mitglieder genutzt wird und als wichtiges Ziel eines jeden Vereines betrachtet wird.

Trotz des Rufes als Anti-Kommerz-Klub weiß der FC St. Pauli sich dank des Mythos, welcher ihm zugrunde liegt, erfolgreich zu verkaufen. Der FC St. Pauli vermarktet sich durch ein bestimmtes Image – das Image des Underdogs der Liga. Die Steuerung aller Marketingprozesse regelt der Verein als Wirtschaftsunternehmen. Er hat die Entscheidungsgewalt über Präsentation und Einsatz des Marketings. Zudem entscheidet der

---

<sup>51</sup> Selbstverständnis, Identität und Persönlichkeit eines Unternehmens. Setzt sich aus Corporate Design (Erscheinungsbild), Corporate Kommunikation (Kommunikation) und Corporate Behaviour (Verhalten) zusammen. Vgl. Komponenten der Corporate Identity. In: Kompendium der Mediengestaltung Band 1, S. 640

<sup>52</sup> Duden, 2015: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Marketing>

<sup>53</sup> Wehrheim (Hg.), 2005: 213

Verein welche Artikel verkauft werden dürfen und sollen, um das gewünschte Image des Vereins nach außen zu transportieren. Ihm geht es darum, dass die Fans sich mit dem Verein und seinen Produkten identifizieren können. Sie sollen nicht das Gefühl bekommen, dass es nur um Profit geht. Der Erfolg der Merchandising-Artikel steht und fällt mit den Fans bzw. den Konsumenten. Deren Vermarktung baut auf einer emotionalen Verbundenheit auf, welche durch die Logos und Symbole mit einer tieferen Bedeutung für die Fans geschaffen werden.

Das Image als anderer Verein wird auch bei der Vermarktung genutzt, eben „non established since 1910“. Non established bedeutet „nicht etabliert“. Damit will der Verein sagen, dass er nicht so ist bzw. sein will, wie die Öffentlichkeit es vorschreibt. Wobei damit eine Strategie verfolgt wird, denn dieses etwas andere Image kann gut verkauft werden und lockt eine andere Zielgruppe an als bei den anderen Vereinen. Aber trotz allem lebt der FC St. Pauli durch und wegen seiner Fans. Sie sind der Schlüssel zu seinem Erfolg. Deshalb wird auch viel Wert auf eine gute Kommunikation und Kooperation gelegt – die Fans besitzen ein Mitspracherecht bei Vereinsentscheidungen. Wie bei jeder anderen Partnerschaft gibt es allerdings auch bei dieser ab und an Meinungsverschiedenheiten. Bspw. druckte der Sponsor Astra bei einer FC St. Pauli Edition Pin-Up-Girls auf die Etiketten, welche die Fans jedoch zu anstößig fanden. Oder wenn es um den Stadionumbau geht: Anhänger des FC empfinden den Umbau *„als Verlust der Identität und des Image“*<sup>54</sup>. Durch die Modernisierung geht laut den Fans die außergewöhnliche Atmosphäre des Millerntor-Stadions verloren. Der Verein muss sich jedoch an die Auflagen der Bundesliga halten, um weiterhin die Lizenz für den Spielbetrieb zu bekommen. An diesem Beispiel kann man erkennen, dass die Fans zwar den Anspruch haben ihre Meinung zu äußern, aber nicht immer Recht bekommen.

Beim Merchandising nehmen die Fans die Sache gern selbst in die Hand. Dies ist vor allem am Fanladen, welcher seit 1990 besteht, gut zu erkennen. Der Laden vertreibt Fanartikel, engagiert sich in der Jugendhilfe und bietet den Fanklubs Raum für Treffen und Diskussionen – und das alles unabhängig vom Verein. Trotzdem hat die Arbeit des Fanladens Auswirkungen auf den Verein und dessen Umgebung.

---

<sup>54</sup> Schmidt-Lauber (Hg.), Schmidt, 2004: 173



## 4 Faszination FC St. Pauli - Die Umfrage

Laut einer Statista-Umfrage vom Juli 2014 haben 32% der Deutschen sehr starkes und 30% starkes Interesse an Fußball<sup>55</sup>. Daraus lässt sich schließen, dass über die Hälfte der deutschen Bevölkerung Interesse an der Sportart hat. Für die Umfrage dieser Bachelorarbeit nutze die Autorin das große Interesse an Fußball, um herauszufinden, was den Verein FC St. Pauli so besonders macht. Die Befragten sollten ihre Eindrücke und Erfahrungen im Stadion – generell bei Fußballspielen und speziell bei St. Pauli –, ihre Meinungen zum FC St. Pauli und seiner Fankultur beschreiben und begründen. Außerdem wurden sie gefragt, was den Verein für sie besonders macht und warum er laut dem weit verbreiteten Mythos „etwas anders“ als die anderen Fußballklubs ist. Im Folgenden werden das methodische Vorgehen, die Durchführung der Befragung und die erhaltenen Ergebnisse dargestellt.

### 4.1 Methodisches Vorgehen

Die Umfrage samt deren Vorbereitung und Durchführung dauerte von Mitte Oktober bis Ende Dezember. Um möglichst viele und auch unterschiedliche Personen zu erreichen, wurde die Befragung online durchgeführt. Die Erstellung erfolgte mit Hilfe der Online-Plattform [www.survio.com](http://www.survio.com), welche die Antworten der Umfrage sammelt und analysiert.

Die Datenerhebung erfolgte über einen umfangreichen Fragebogen mit insgesamt 34 Fragen. Um repräsentative Ergebnisse zu erzielen wurde eine Kombination aus offenen und geschlossenen Fragen gewählt. Hierbei ist hervorzuheben, dass geschlossenen Fragen vor allem dazu dienen, eine bessere Vergleichbarkeit der Antworten zu erreichen, während hingegen offene Fragestellungen dazu beitragen die Besonderheit des FC St. Pauli besser erfassen zu können und vielseitigere Antworten zu erhalten, die vor allem die Meinungsvielfalt repräsentieren. Der standardisierte Fragebogen, der den folgenden Ergebnissen zu Grunde liegt, wurde als Instrument der Datenerhebung genutzt, um Einstellungen und Meinungen verschiedener Personen erfassen zu können. Alle Befragten haben somit dieselben Fragen erhalten und diese stets eigenständig beantwortet, damit keiner der Teilnehmer durch eventuelle Anmerkungen oder unterschiedlich formulierte Fragen beeinflusst wird.

---

<sup>55</sup> Vgl. Anlage 1, Fußballinteresse in Deutschland (Quelle: Statista)

Grundlage einer empirischen Untersuchung ist zudem eine Grundgesamtheit und eine Erhebungsmethode. Die Grundgesamtheit beschreibt „die Anzahl der statistischen Einheiten, zu denen eine Aussage getroffen werden soll“<sup>56</sup>. Als Grundgesamtheit wurden alle volljährigen Deutschen mit Interesse an der Sportart Fußball gewählt. Da eine Vollerhebung, d.h. die Befragung aller fußballinteressierten Deutschen über 18 Jahren, nicht möglich ist, hat sich die Autorin für eine Stichprobenerhebung entschieden. „Eine Stichprobe ist eine Auswahl an Personen oder Objekten, die stellvertretend für eine Grundgesamtheit Auskunft gibt“<sup>57</sup>. Bei dem speziellen Verfahren der Zufallsstichprobe „hat jedes Element der Grundgesamtheit die gleiche Wahrscheinlichkeit in die Stichprobe zu gelangen“<sup>58</sup>. Die Stichprobe steht hierbei als verkleinertes Abbild der Grundgesamtheit und repräsentiert diese.

Nach der Definition von Grundgesamtheit und Stichprobenverfahren wurde der Fragebogen konzipiert. Er erhielt eine Unterteilung in drei verschiedene Themenbereiche:

- 1) Soziodemografische Daten
- 2) Fußball
- 3) FC St. Pauli

Um sicherzustellen, dass alle Teilnehmer der Umfrage, die nicht die Kriterien der Grundgesamtheit erfüllen erkannt werden können, werden den themenspezifischen Fragen die Angabe von soziodemografischen Daten wie Alter und Nationalität vorangestellt. Darauf folgen allgemeine Fragen zum Thema Fußball, um themenspezifische Interessen abzufragen und dessen Vorhandensein zu gewährleisten. Um dies zu erreichen wurden folgende Fragen formuliert: Warum interessieren Sie sich für Fußball? Welcher ist Ihr Lieblings-Fußballverein? Waren Sie schon mal bei einem Fußballspiel im Stadion? Um die Fragestellung dieser Bachelorarbeit beantworten zu können wurden zu den allgemeinen Fragen auch spezielle, vereinsbezogene Fragen formuliert. Daraus ergaben sich sowohl offene, als auch geschlossene Fragestellungen. Für diese Rubrik wurden insgesamt 18 Fragen konzipiert, wobei der Teilnehmer bei bestimmten Antworten Fragen überspringen kann. Der Fragebogen wurde so konzipiert, dass einige Fragen beantwortet werden müssen – sogenannte Pflichtfragen, ohne deren Beantwortung der Fragebogen unvollständig ist und nicht online abgeschickt werden kann. Fragen, die nur durch bestimmte Kenntnisse beantwortet werden können (bspw. die nach dem Stadionbesuch), waren keine Pflichtfragen und konnten unbeantwortet

---

<sup>56</sup> Statista, 2014: <http://de.statista.com/statistik/lexikon/definition/60/grundgesamtheit/>

<sup>57</sup> Statista, 2014: <http://de.statista.com/statistik/lexikon/definition/128/stichprobe/>

<sup>58</sup> Statista, 2014: <http://de.statista.com/statistik/lexikon/definition/147/zufallsauswahl/>

bleiben. Im Fragenteil über den FC St. Pauli sollen die Befragten ihre Meinung und Eindrücke schildern, dies geschieht mit Hilfe von Fragen wie: Was fällt Ihnen als Erstes ein, wenn Sie „FC St. Pauli“ hören? Was halten Sie von der Fankultur des FC St. Pauli? Beschreiben Sie den Verein bitte kurz in Ihren eigenen Worten. Alle Fragen wurden simpel und verständlich formuliert, um für jeden Teilnehmer gleichermaßen zu beantworten zu sein.

Nach der Fertigstellung des Fragenkatalogs wurde zu Testzwecken ein Entwurf an verschiedene Personen aus dem Bekanntenkreis gesendet, um potentielle Fehlerquellen und Verständnisprobleme auszuschließen. Schließlich konnte der Fragebogen durch die Änderungs- und Verbesserungsvorschläge optimiert werden und war bereit, um online gestellt und gedruckt zu werden.

## 4.2 Durchführung der Umfrage

Für einen Zeitraum von etwa sieben Wochen war die Umfrage auf der survio-Plattform online verfügbar. Ab dem 5. November 2014 wurden zufällig ausgewählte potentielle Teilnehmer zudem mittels persönlichen Nachrichten via Facebook direkt angesprochen. Der Link zur Umfrage wurde schließlich am 6. November 2014 mit einem Text zur Erklärung<sup>59</sup> für jeden Facebook-Nutzer zugänglich auf der Social Media Plattform veröffentlicht. Als Erinnerung wurde der Link am 12. November und am 30. November 2014 erneut veröffentlicht, um weitere Teilnehmer zu generieren. Zu den Nachrichten wurde ein Erklärungstext geschickt, welcher kurz die Verwendung des Fragebogens erläutert und eine anonyme Beantwortung garantiert.<sup>60</sup>

Zusätzlich zur Online-Befragung wurden in Hamburg, der Heimat des FC St. Pauli, Umfragen in der Innenstadt und vor dem Millerntor-Stadion durchgeführt. Die Befragung in der Innenstadt am 7. November 2014 verlief nicht zufriedenstellend. Es wurde eine Vielzahl von Passanten angesprochen und gebeten teilzunehmen, aber nur ein Bruchteil stimmte zu und füllte den Fragebogen aus<sup>61</sup>. Insgesamt sechs Stunden wurden investiert mit einem Resultat von zehn ausgefüllten Fragebögen. Auch der darauffolgende Tag am Millerntor-Stadion brachte keine größere Zahl. Dies ist jedoch auf die mangelnde Zeit vor dem Spielbeginn zurückzuführen. In einer Stunde konnten 13 Fra-

---

<sup>59</sup> Vgl. Anlage 2, Veröffentlichung auf Facebook

<sup>60</sup> Vgl. Anlage 3, Fragebogen Faszination FC St. Pauli

<sup>61</sup> Die Fragebögen wurden von den Teilnehmern selbstständig ausgefüllt, um diese nicht durch anders formulierte Fragen o. Ä. zu beeinflussen.

gebögen beantwortet werden. Betrachtet man die ersten sechs Stunden der Online-Umfrage im Vergleich zu den ersten sechs Stunden der Passantenbefragung in Hamburg, so zeichnet sich ein klarer Vorteil der Online-Befragung ab. Wobei vor dem Stadion einige „echte Fans“ befragt werden konnten und dies zu einer vielseitigeren Umfrage beigetragen hat. Die von Hand beantworteten Fragebögen wurden später auf der survio-Plattform eingetragen. Dies diente dazu alle Antworten bündeln zu können, wodurch eine präzise und vollständige Auswertung erreicht werden konnte.

## 4.3 Auswertung der Umfrage

Insgesamt haben 451 Personen den Link zur Umfrage besucht, teilgenommen haben letztlich 145 Personen – inklusive der Teilnehmer aus den Befragungen in Hamburg. 27 Personen haben die Teilnahme während der Beantwortung abgebrochen.

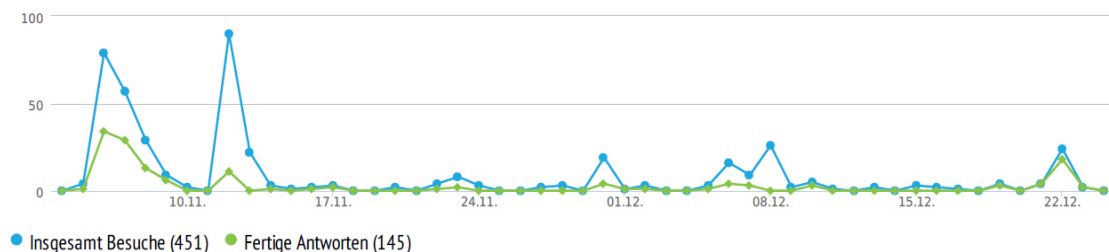


Abbildung 5: Besuch Historie 05.11. - 23.12.2014 (Quelle: Auswertung von survio)

Pflichtfragen sind im Folgenden mit einem \* gekennzeichnet. Bei diesen Fragen haben alle 145 Teilnehmer der Umfrage eine Antwort abgegeben. Die Fragen ohne \* waren freiwillig und nicht alle Befragten haben diese beantwortet. In den einzelnen Auswertungen wird angegeben, wie viele Personen die Frage beantwortet haben.

### 4.3.1 Soziodemografische Daten

#### Frage 1\* – Alter

Fast die Hälfte der Befragten ist zwischen 26 und 35 Jahren alt (43%). Gefolgt von der Altersgruppe 18-25 (36%). Eine geringe Teilnahme bestand in den Altersgruppen 35-46 (11%), 46-55 (8%) und 56-65 (2%). Kein Teilnehmer war 66 oder älter.

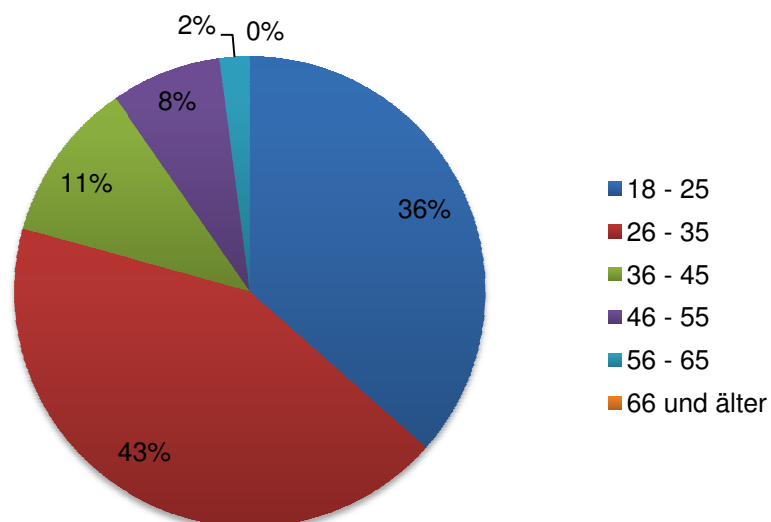


Abbildung 6: Verteilung des Alters

### Frage 2\* – Geschlecht

Die Geschlechterverteilung liegt bei 70,3% männlich und 29,7% weiblich.

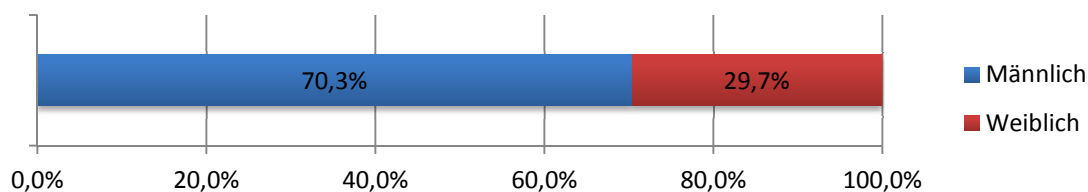


Abbildung 7: Geschlechterverteilung

### Frage 3\* – Familienstand

Der Großteil der Befragten hat angegeben, dass er ledig (47%) ist. Außerdem wurden „in einer Partnerschaft lebend“ (28%) und „verheiratet“ (21%) oft genannt. Sehr selten wurden die Antwortmöglichkeiten „eingetragene Lebenspartnerschaft“ und „geschieden“ genannt – beide liegen bei 2%. Keiner der Teilnehmer ist verwitwet.

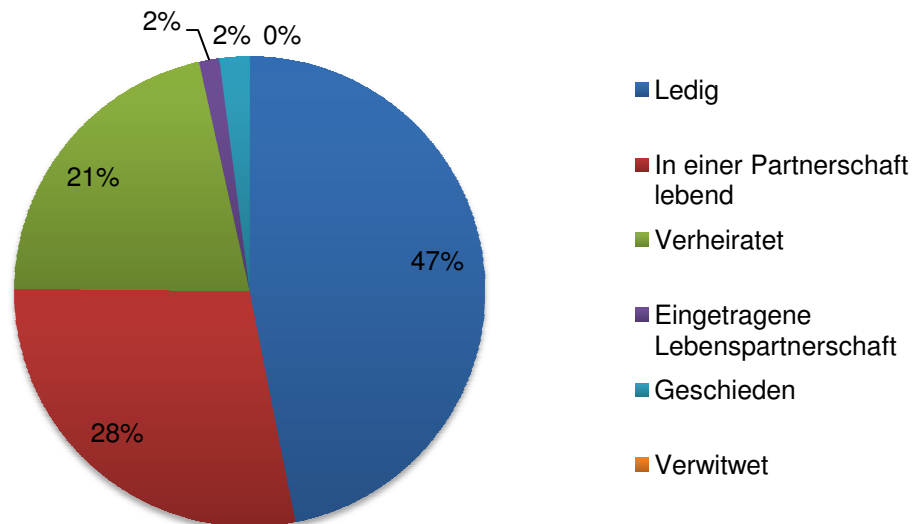


Abbildung 8: Familienstand

#### Frage 4\* – Nationalität

Die Nationalität aller Teilnehmer ist deutsch.

#### Frage 5\* – Wohnort

Die meisten Teilnehmer kommen neben Hamburg (44) aus Hessen (48). Die weiteren Wohnorte verteilen sich in ganz Deutschland: Niedersachsen (11), Baden-Württemberg (8), Nordrhein-Westfalen (8), Berlin (7), Bayern (6), Schleswig-Holstein (5). Vereinzelt sind außerdem Rheinland-Pfalz (2), Sachsen (1), Bremen (1) und Saarland (1) vertreten. Keine Teilnahme gab es in den vier verbleibenden Bundesländern: Thüringen, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen-Anhalt. Außerdem wohnen zwei der Teilnehmer in Palma de Mallorca und einer in Warschau.

#### Frage 6\* – Höchster allgemeinbildender Schulabschluss

Über 50% der Befragten haben das Abitur als höchsten allgemeinbildenden Schulabschluss angegeben. Die zweithäufigste Antwort ist die Fachhochschulreife und danach der Realschulabschluss. 2% der Teilnehmer haben einen Hauptschulabschluss und nur 1% kann keinen Schulabschluss vorweisen. Unter der Möglichkeit „Anderer“ (5%) wurde meist der Bachelorabschluss aufgeführt, welcher allerdings nicht zu den allgemeinbildenden Schulabschlüssen zählt.

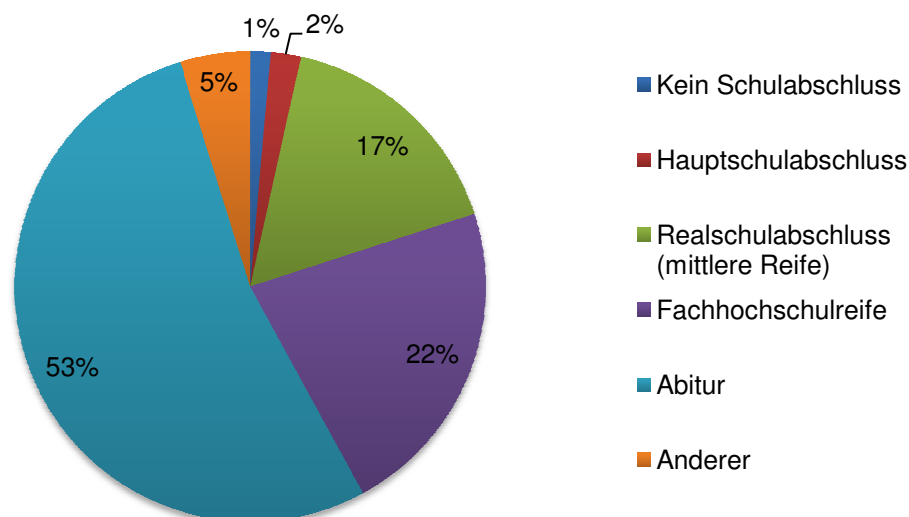


Abbildung 9: Höchster allgemeinbildender Schulabschluss

### Frage 7\* – Berufliche Situation

42% sind Arbeitnehmer und 28% studieren. Diese beiden Gruppierungen machen den Hauptteil der Befragten aus. 13% sind selbstständig und 7% Beamte. Die restlichen Teilnehmer verteilen sich auf Schüler, Auszubildende, arbeitslos und „andere“. Unter „andere“ wurde Elternzeit, Hausfrau und Ingenieur abgegeben. Bei Ingenieur ist allerdings nicht zu erkennen, ob dieser angestellt oder selbstständig tätig ist.

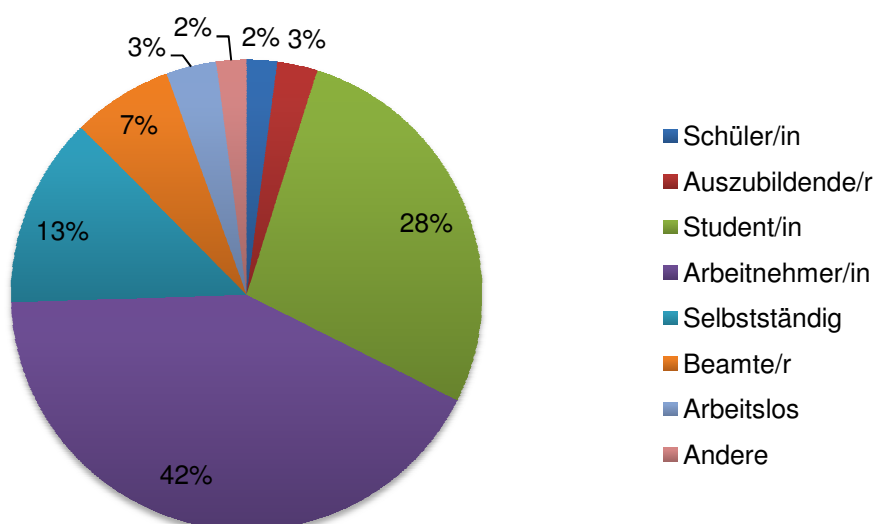


Abbildung 10: Berufliche Situation

### 4.3.2 Fußball

Im Teilgebiet „Fußball“ wurden die Teilnehmer gefragt, warum sie sich für Fußball interessieren, ob sie selber aktiv spielen und aus welchen Gründen sie ins Fußballstadion gehen. Diese Rubrik sollte dazu dienen, die Teilnehmer an das eigentliche Thema der Umfrage heranzuführen und einen Überblick zu bekommen, wie die Teilnehmer generell zur Sportart stehen und wie sie ihr Interesse ausleben.

#### Frage 8\* – Würden Sie sich selbst als „fußballbegeistert“ bezeichnen?

Auf die Frage, ob die Befragten sich selbst als „fußballbegeistert“ bezeichnen, haben 117 Teilnehmer (80,7%) mit Ja geantwortet. Nur 28 der Befragten (19,3%) verneinten die Frage.

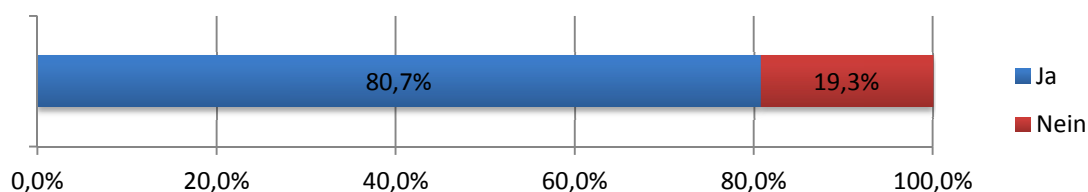


Abbildung 11: "Würden Sie sich selbst als "fußballbegeistert" bezeichnen?"

#### Frage 9\* – Spielen Sie selbst Fußball?

Eine hohe Anzahl der Teilnehmer spielt selbst kein Fußball – 58,6%. 60 Personen (41,4%) üben den Sport jedoch aktiv aus.

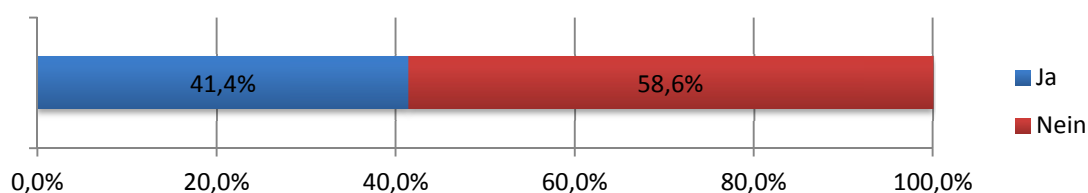


Abbildung 12: "Spielen Sie selbst Fußball?"

#### Frage 10 – Spielen Sie in einem Verein?

Bei der genaueren Nachfrage, ob sie in einem Verein spielen, antworten 36,3% mit Ja. Wobei diese Frage nur von 113 Teilnehmern beantwortet wurde, da dies keine Pflichtfrage war. 72 Befragte (63,7%) spielen nicht in einem Fußballverein.



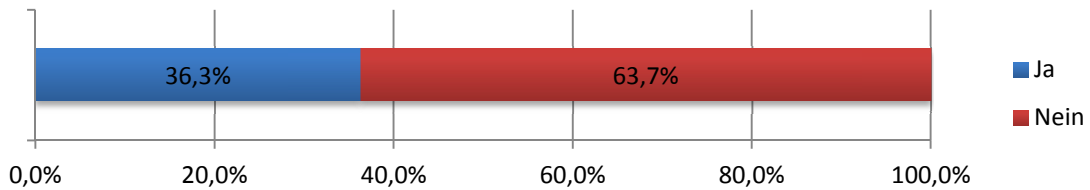


Abbildung 13: "Spielen Sie in einem Verein?"

### Frage 11\* – Warum interessieren Sie sich für Fußball?

Bei Frage 11 wurden die Teilnehmer gefragt, warum sie sich für Fußball interessieren. Hierbei handelt es sich um die erste offene Frage, bei der zur Beantwortung etwas geschrieben werden muss. Die häufigsten Antworten waren Atmosphäre, Stimmung, Familientradition und es fielen Adjektive wie emotional, komplex, facettenreich, faszinierend und spannend. Spezielle Äußerungen waren bspw.: *„Weil es eine schöne Verbindung aus Zusammenhalt, Kampf, Ehrgeiz und Emotionen ist“*<sup>62</sup>, *„Weil keine andere Sportart mich mehr fesselt und keine andere Sportart vereint mehr Menschen verschiedener Kulturen“*<sup>63</sup> oder *„Weil es eine tolle Sportart ist und mir viel Freude bereitet. Es geht um viel Taktik, Spielverständnis und schnelles Umschalten. Zudem ist es ein Ausgleich zum Alltag“*<sup>64</sup>.

15 Personen haben angegeben, dass ihnen das Interesse an Fußball in die Wiege gelegt wurde. Für sechs Teilnehmer sind nur die Europa- und Weltmeisterschaft interessant und für drei der Befragten ist nur der FC St. Pauli von Bedeutung.

### Frage 12\* – Welcher ist Ihr Lieblings-Fußballverein?

Bei der Frage nach dem Lieblings-Fußballverein wurden insgesamt 26 verschiedene Vereine genannt. Die Top 3 sind der FC St. Pauli, die SG Eintracht Frankfurt und der FC Bayern München. Vereine, die nur einmal genannt wurden, werden hier nicht aufgeführt, können jedoch in der kompletten Auswertung von survio.com im Anhang nachgelesen werden. Acht Befragte haben angegeben keinen Lieblingsverein zu haben.

<sup>62</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 11

<sup>63</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 12

<sup>64</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 13

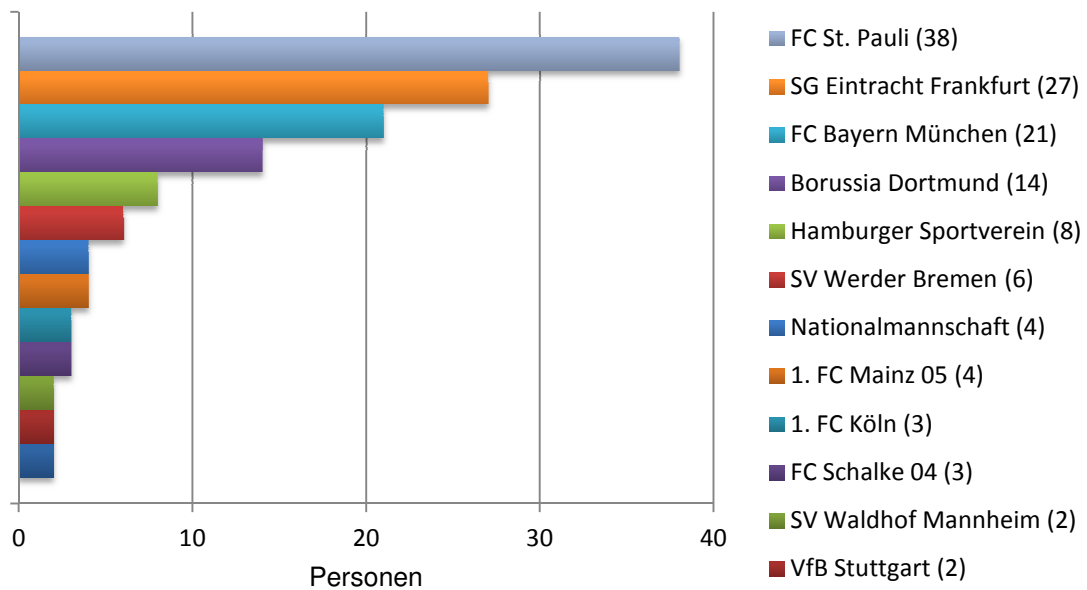


Abbildung 14: Top 12 der Lieblings-Fußballvereine

### Frage 13\* – Waren Sie schon mal bei einem Fußballspiel im Stadion?

93,8% der Teilnehmer haben bei der Frage, ob sie schon mal ein Fußballspiel im Stadion gesehen haben, „Ja“ angeklickt. Dies entspricht einer Anzahl von 136. Nur neun Teilnehmer (6,2%) waren noch nie in einem Fußballstadion, um ein Spiel zu sehen.

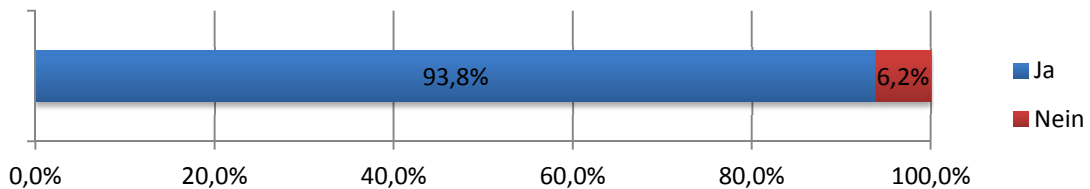


Abbildung 15: "Waren Sie schon mal bei einem Fußballspiel im Stadion?"

### Frage 14 – Aus welchem Grund waren Sie im Stadion?

Als Gründe für den Stadionbesuch wurden vor allem die Atmosphäre und Stimmung angegeben. Als Fan will man seine Mannschaft auch live im Stadion unterstützen. Dies ist ein besonderes Erlebnis, welches mit vielen Emotionen verbunden ist und ganz anders ist, als nur vor dem Fernseher zu sitzen und das Spiel zu schauen. Außerdem wurden oft das Treffen von Freunden und die Treue zur Mannschaft als Grund angegeben. 135 Personen haben diese Frage beantwortet.

### Frage 15 – Wie war dieses Erlebnis für Sie?

Das Erlebnis eines Stadionbesuches wurde fast von allen Teilnehmern als toll, emotional und begeisternd empfunden. 135 Personen haben die Frage beantwortet, davon 117 positiv. Lediglich zwei Teilnehmer haben sich negativ geäußert und weitere neun haben sowohl Positives als auch Negatives zu berichten. Sieben der 135 Teilnehmer machten keine Angabe.

Einige Befragte haben gesagt, dass es emotionaler und intensiver ist, ein Spiel live zu verfolgen als vor dem Fernseher zu sitzen. *„Ein unbeschreibliches Gefühl, Teil von 50.000 Leuten zu sein, die die eigene Mannschaft anfeuern.“*<sup>65</sup> Ein anderer schreibt: *„Man wird von der Stimmung mitgerissen und erlebt das Spiel viel intensiver als vor dem Fernseher.“*<sup>66</sup> Ein negativer Beigeschmack des Live-Dabeiseins: *„Niederlagen sind allerdings noch schmerzhafter als in der Sportschau“*<sup>67</sup>. Die meisten Antworten bei dieser Frage sind sehr kurz ausgefallen. Oft wurde nur mit Worten wie grandios, begeisternd oder unvergesslich geantwortet. Die beiden negativen Äußerungen waren ebenfalls kurz und knapp: *„Kalt“*<sup>68</sup> und *„befremdend“*<sup>69</sup>. An dieser Stelle wäre eine genauere Erläuterung wünschenswert gewesen. Vor allem wäre interessant gewesen zu wissen, warum der Stadionbesuch befremdend gewesen ist.

### Frage 16 – Welche Bedeutung hat ein Stadionbesuch für Sie?

Für die Mehrheit der Teilnehmer hat ein Besuch im Stadion eine große Bedeutung und ist ein tolles Erlebnis. *„(Das Stadion) ist mein zweites Wohnzimmer und meine Leidenschaft.“*<sup>70</sup> Für 17 von 125 Befragten hat der Stadionbesuch allerdings keine Bedeutung bzw. er ist ihnen nicht unbedingt wichtig. Drei Personen haben keine Angabe zu diesem Thema gemacht. Für den Rest ist es ein besonderer Tag – ein Event, bei dem man vor dem Alltag fliehen und abschalten kann. *„Es macht viel Spaß mit einer Gruppe von Leuten einen schönen Tag, gemischt mit Spannung, zu erleben. Außerdem trifft man viele Menschen, die man noch nie gesehen hat (und vielleicht nie wieder sieht) und sich auf Anhieb versteht, weil man wegen einer gemeinsamen Sache da ist.“*<sup>71</sup> Ein weiterer Teilnehmer schreibt: *„Ich liebe es einfach, ein gutes Spiel mit viel Emotionen,*

---

<sup>65</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 20

<sup>66</sup> Ebd.

<sup>67</sup> Ebd.

<sup>68</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 21

<sup>69</sup> Ebd.

<sup>70</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 25

<sup>71</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 23

*Kampf und technischer/taktischer Raffinesse zu sehen.*<sup>72</sup> Außerdem geht es vielen um den Spaß und das Treffen von Freunden und Bekannten. Hauptsächlich aber natürlich um das sportliche Erlebnis. *„Einen Sport, für den man sich mehr als begeistert auf höchstem Niveau zu sehen und am besten noch von seinem Lieblingsverein hat einen unglaublichen Stellenwert in meinem Leben.“*<sup>73</sup> Zudem gab es einen schönen Kommentar zum FC St. Pauli: *„Es ist schön dort zu sein und die Atmosphäre zu spüren. Die Fans beim St. Pauli sind einzigartig. Ebenso schön ist es, das Spiel verfolgen zu können.“*<sup>74</sup>

### 4.3.3 FC St. Pauli

Der letzte Teil der Umfrage beschäftigte sich schließlich mit dem FC St. Pauli. Die Befragten sollten ihre Meinung und ihre eventuellen Erlebnisse mit dem Verein erläutern und in Worte fassen.

#### Frage 17\* – Kennen Sie den FC St. Pauli?

Zu Beginn sollte geklärt werden, ob die Teilnehmer den Verein kennen. 98,6% haben die Frage bejaht und nur 1,4%, d.h. zwei Personen, haben mit Nein geantwortet.

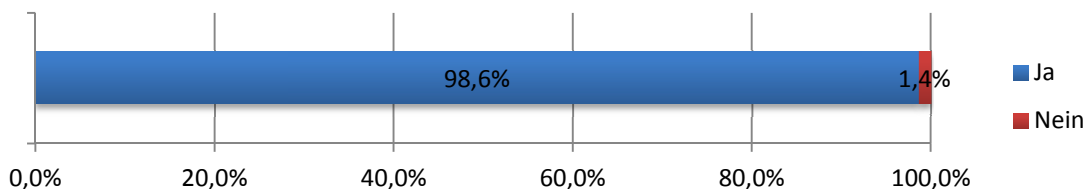


Abbildung 16: "Kennen Sie den FC St. Pauli?"

#### Frage 18\* – Was fällt Ihnen als Erstes ein, wenn Sie „FC St. Pauli“ hören?

Der FC St. Pauli wurde am häufigsten mit dem Totenkopf in Verbindung gebracht. Dicht gefolgt von einer Assoziation mit der Stadt Hamburg und dem Millerntor. Neben den in der Grafik aufgeführten Gedanken wurden auch Tradition, Anti-HSV, Braun-Weiß, Kultklub, Kiez und Spaß genannt.

<sup>72</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 23

<sup>73</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 24

<sup>74</sup> Ebd.

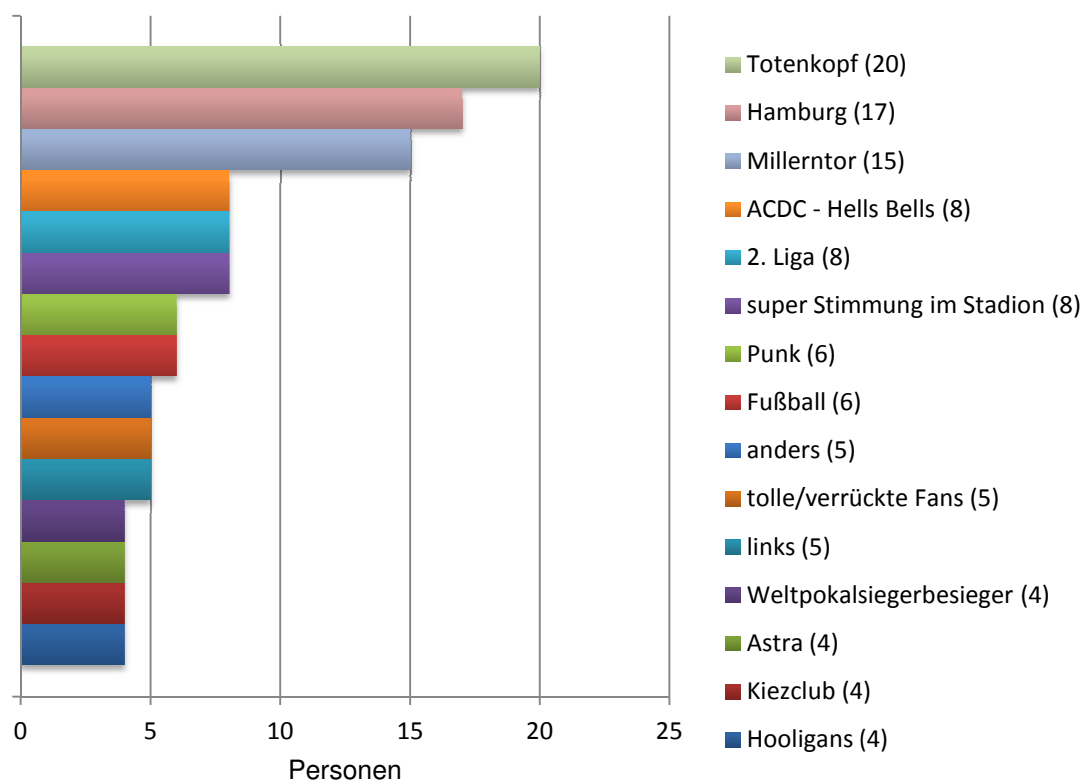


Abbildung 17: "Was fällt Ihnen als Erstes ein, wenn Sie "FC St. Pauli" hören?"

### Frage 19\* – Waren Sie schon mal bei einem Spiel des FC St. Pauli?

Frage 19 bezieht sich wieder auf Stadionbesuche, jedoch speziell auf den Besuch von St. Pauli Spielen. 47,6% waren schon einmal bei einem Spiel des FC, dies entspricht 69 Teilnehmern. Denen entgegen stehen 76 Personen (52,4%), die noch nie bei einem Spiel des FC St. Pauli waren.

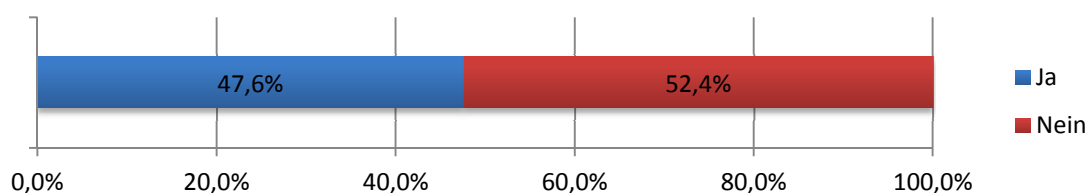


Abbildung 18: "Waren Sie schon mal bei einem Spiel des FC St. Pauli?"

### Frage 20 – Wann waren Sie zum 1. Mal im Stadion bei einem FC St. Pauli Spiel?

Bei dieser Frage haben sich einige Teilnehmer schwer getan. Die Frage knüpft an die vorherige an und es soll herausgefunden werden, wann die Befragten zum ersten Mal bei einem St. Pauli Spiel waren. Neun von 86 haben 2009 als das Jahr ihres ersten

Besuches angegeben. Sechs Personen schon 1996. 17 Personen haben die Frage mit „nie“ beantwortet und drei haben keine Angabe gemacht.

### Frage 21 – Wie oft waren Sie schon im Stadion?

94 von den insgesamt 145 Teilnehmern haben die Frage nach der Häufigkeit der Stadionbesuche beantwortet. Von den 94 Befragten waren 29 schon mehrmals bei einem FC St. Pauli Spiel im Stadion. 19 gehen regelmäßig zu den Spielen und 17 der Befragten waren einmal dort. Vier Personen gehen zu allen Heimspielen der Kiezkicker. 14 Personen haben keine genauen Angaben über ihre Stadionbesuche gemacht.

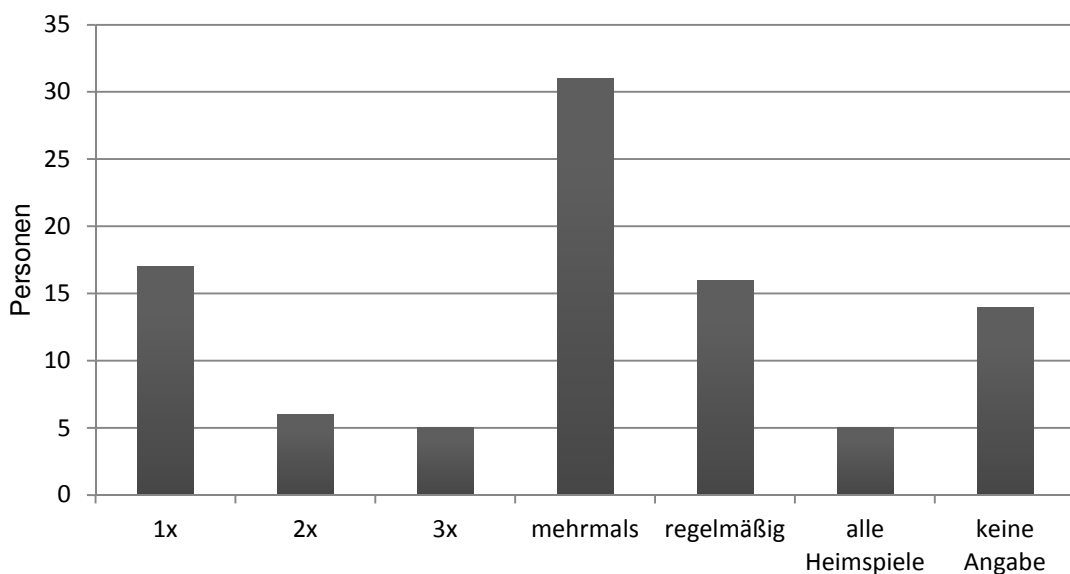


Abbildung 19: "Wie oft waren Sie schon im Stadion?"

### Frage 22 – Besitzen Sie eine Dauerkarte für die FC St. Pauli Spiele?

Auf die Frage nach einer Dauerkarte für den FC antworteten 19 Personen mit Ja und 79 mit Nein. Sieben von den 79 Personen, die mit Nein geantwortet haben, betonten dies mit „leider nein“. Da es schwer ist an eine Dauerkarte für St. Pauli heran zu kommen.

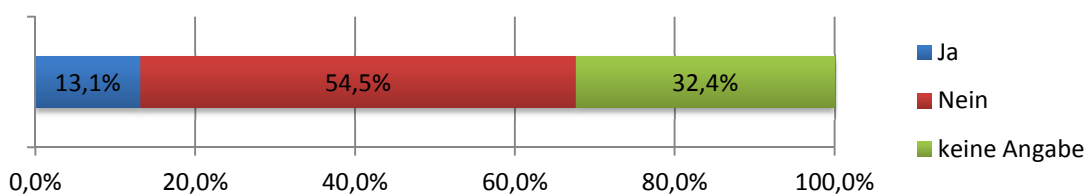


Abbildung 20: "Besitzen Sie eine Dauerkarte für die FC St. Pauli Spiele?"

**Frage 23 – Wie würden Sie die Stimmung im Stadion beschreiben?**

„Sehr gute Stimmung, egal in welcher Liga und egal auf welchem Tabellenplatz.“<sup>75</sup> So wird die Stimmung bei FC St. Pauli Spielen beschrieben. 63 positive Aussagen gab es auf diese Frage – bei insgesamt 87 Antworten. Außerdem sechs gemischte Meinungen und eine negative. 17 Befragte machten keine Angabe.

Kommentare wie „Sehr geil und einfach total locker. Das beginnt schon wenn „Hells Bells“ angestimmt wird. Gänsehaut pur!“<sup>76</sup>, „Unmöglich zu beschreiben. Das Millerntor spielt selbst mit.“<sup>77</sup> oder „Überragend, da die Fans mit diesem Verein besonders verbunden sind“<sup>78</sup> sind häufig vertreten. Das Besondere an St. Pauli ist: „Die Mannschaft wird auch unterstützt und angefeuert, wenn das Spiel nicht so gut für sie verläuft. Vor allem die Ultras machen fast durchgängig Stimmung – Fangesänge und Choreos...“<sup>79</sup> Im Gegensatz dazu steht die eine abschätzige Äußerung: „Wird in der Mundpropaganda viel zu hoch gehandelt...live im Stadion ist es nicht so prall.“<sup>80</sup> Darüber hinaus hat sich die Meinung über die Stimmung im Stadion bei St. Pauli bei einem Teilnehmer über die Zeit verändert: „Früher einmalig. Heute leider „Standard“ wie in anderen Stadien auch.“<sup>81</sup> Insgesamt wird die Stimmung jedoch von der Mehrheit als angenehm, mitreißend und unbeschreiblich dargestellt.

**Frage 24 – Gibt es bestimmte Rituale im Stadion? Wenn ja, welche?**

Laut den Teilnehmern der Umfrage sind die Rituale im Millerntor-Stadion vor allem Bier trinken, die selbsterklärte Vereinshymne Hells Bells von ACDC und Fangesänge. Außerdem nannten drei der Befragten als ihr Ritual, dass sie sobald das Stadion öffnet hineingehen, um zu erleben wie sich das Stadion mit Leben füllt und zu sehen wie sich die Teams auf das Spiel vorbereiten.

---

<sup>75</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 34

<sup>76</sup> Ebd.

<sup>77</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 35

<sup>78</sup> Ebd.

<sup>79</sup> Ebd.

<sup>80</sup> Ebd.

<sup>81</sup> Ebd.

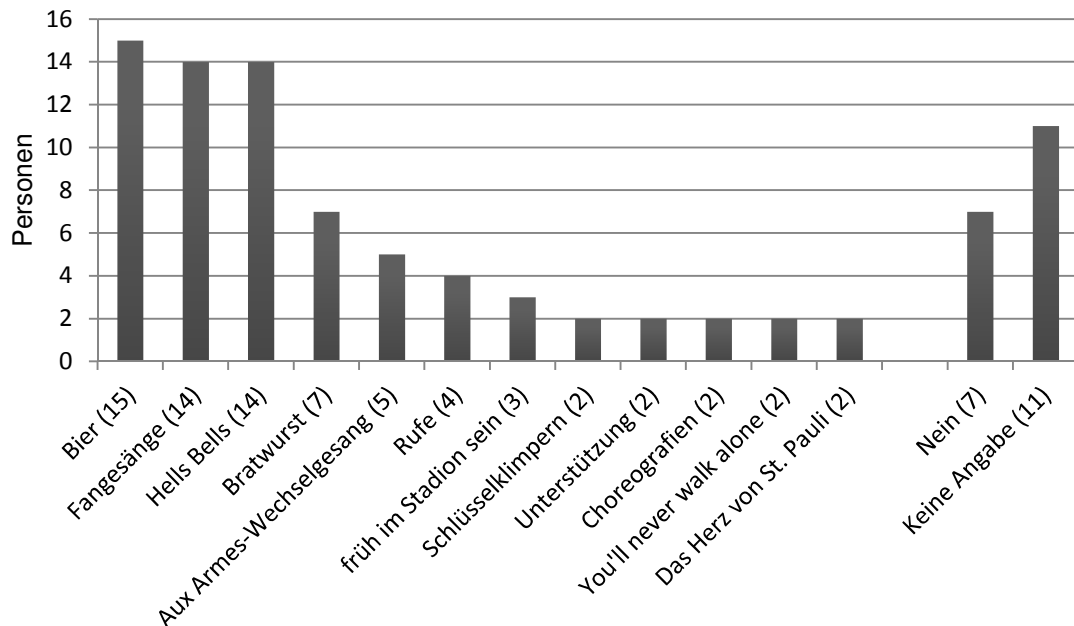


Abbildung 21: Rituale im Millerntor-Stadion

Hells Bells, das Herz von St. Pauli, You'll never walk alone und Aux Armes sind Lieder, die mit dem FC St. Pauli und einem Besuch am Millerntor verbunden werden. Schlüsselklimpeln bedeutet, dass die Fans bei einem Eckball des FC mit ihrem Schlüsselbund Geräusche erzeugen. Mit Choreografien sind von Fanggruppierungen einstudierte Gesänge und Bewegungen gemeint, welche von Fahnen, Farbbändern, Pyrotechnik, Transparenten u. Ä. unterstützt werden.

### Frage 25 – Gibt es Unterschiede zwischen Heim- und Auswärtsspielen? Wenn ja , welche?

Die Hälfte der Teilnehmer hat die Frage nach Unterschieden beantwortet. Davon haben jedoch 41 angegeben, dass sie nicht beurteilen können, ob es überhaupt Unterschiede gibt. Laut vier Teilnehmern gibt es keine Unterschiede zwischen Heim- und Auswärtsspielen. Das bedeutet, dass letztlich nur 27 Befragte Unterschiede aufgezeigt haben.

Oft wurde genannt, dass auswärts weniger Fans des FC anwesend sind. Diese sind jedoch trotz allem in der Lage eine ebenso gute Stimmung, wie sie von den Heimspielen bekannt ist, zu verbreiten. Dennoch haben Heimspiele einen eigenen Charakter und werden als besonders angesehen. Das Positive an Heimspielen ist die gemeinsame Anreise der Fans, bei der man sich besser kennenlernen kann. Außerdem wurden das Astra-Bier, die fehlende St.-Pauli-Hymne Hells Bells und die bessere Stimmung am Millerntor als Unterschied angegeben.



In der folgenden Tabelle werden die Unterschiede, welche von 27 Teilnehmern aufgeführt wurden, dargestellt:

Heimspiele	Auswärtsspiele
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zuhause sind die Fans eine Macht</li> <li>▪ Eigener Charakter</li> <li>▪ Bessere Stimmung</li> <li>▪ Heim ist zuhause</li> <li>▪ Mehr Fans</li> <li>▪ Heimspiele machen mehr Spaß</li> <li>▪ Heimstärke</li> <li>▪ Das Millerntor ist nun mal das Millern-tor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Durch die gemeinsame Anreise lernt man die anderen Fans besser kennen</li> <li>▪ Weniger Fans, dafür „fanatischer“</li> <li>▪ Lange Fahrten</li> <li>▪ Stress mit einheimischen Fans</li> <li>▪ Heftigere, komplett andere Stimmung</li> <li>▪ Kein ACDC</li> <li>▪ Kein Astra</li> <li>▪ Gemischtes Publikum</li> <li>▪ Stärkere Bindung</li> <li>▪ Schöner, da eingeschworene kleine Gemeinde</li> <li>▪ Hängt vom Gegner ab</li> </ul>

### Frage 26\* – Was halten Sie von der Fankultur des FC St. Pauli?

Auf die Frage nach der Fankultur des FC St. Pauli gab es 81 positive Rückmeldungen. Denen stehen 21 negative Aussagen gegenüber und 26 Personen sind unschlüssig. Sie finden sie einerseits gut, geben andererseits aber auch schlechte Aspekte der Fankultur an. 17 Teilnehmer haben keine Angabe zu dem Thema gemacht.

Von den 81 positiv gestimmten Befragten wird die Fankultur der Kiezkicker als besonders, angenehm, schön gemischt, gegen rechts, beeindruckend und ehrlich beschrieben. Eine Antwort auf die Frage „Was halten Sie von der Fankultur des FC St. Pauli?“ war: *„Sehr viel. Treue Fans, die hinter dem Klub und der Mannschaft stehen. Eine verschworene Gemeinschaft, die auch andere Fans von Traditionsklubs akzeptiert. Engagiert dabei – in guten und in schlechten Zeiten.“*<sup>82</sup> Weitere positive Aussagen: *„Sehr*

<sup>82</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 41

*kreativ, politisch, sozial engagiert → mit Abstand das Beste, was in Deutschland zu finden ist.<sup>83</sup> und „Ich finde es Wahnsinn wie die Fans den Verein und das Team unterstützen, obwohl sie gerade wieder kurz vor dem Abstieg in die Drittklassigkeit stehen. Die Fans engagieren sich vor, nach und während des Spiels und stehen immer zu „ihrem“ Pauli.“<sup>84</sup> Neben den vielen guten und bekräftigenden Antworten für die Fankultur gibt es andererseits auch einige negative Äußerungen, bspw. die „Erscheinung ist recht aggressiv“<sup>85</sup>, die Fankultur „verändert sich leider. Viele Geschäftsleute und reiche Menschen“<sup>86</sup> und „etwas zu kommerzialisiert“<sup>87</sup>. Weitere kritische Äußerungen betreffen die Differenz zwischen dem Image des Vereins und dem Kommerz der Marke. „Einerseits sympathisch, da viel Wert auf die Fanbasis und ihre Interessen gelegt wird und letztere offensiv vertreten werden (antikommerziell), andererseits aber auch etwas verlogen, da dieses Image durchaus kommerziell ausgeschlachtet wird.“<sup>88</sup> Oder gegenüber dem Verhalten der Fangruppe der Ultras: „Es ist schön, wie tolerant man dort ist. Ich halte jedoch nichts von Ultras, da diese ihre Meinung anderen aufdrücken wollen. Mir gefällt die Mischung durch alle Bevölkerungsschichten und Altersklassen und die kritische Auseinandersetzung auch über Politik.“<sup>89</sup>*

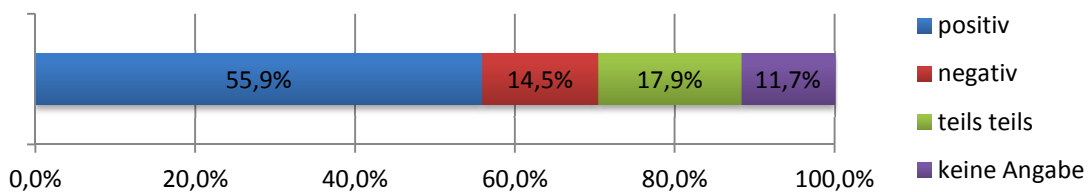


Abbildung 22: "Was halten Sie von der Fankultur des FC St. Pauli?"

### Frage 27\* – Würden Sie sich als Fan des FC St. Pauli bezeichnen?

47 von 145 Teilnehmern gaben an, Fan des FC St. Pauli zu sein. 98 hingegen verneinten die Frage. Jedoch heißt das nicht, dass die 98 Personen den Verein nicht mögen oder ihm gegenüber abgeneigt sind. Viele sympathisieren mit den Kiezkickern, würden sich aber nicht als Fan bezeichnen (siehe Frage 29).

<sup>83</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 41

<sup>84</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 42

<sup>85</sup> Ebd.

<sup>86</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 40

<sup>87</sup> Ebd.

<sup>88</sup> Ebd.

<sup>89</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 41

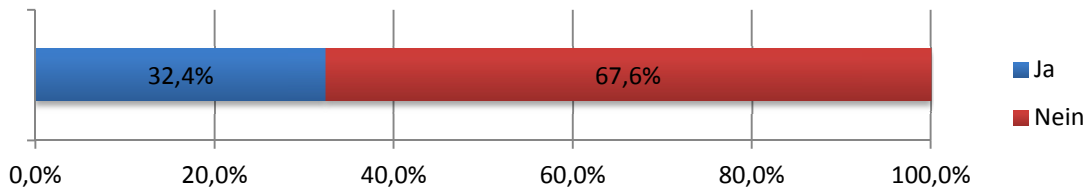


Abbildung 23: „Würden Sie sich als Fan des FC St. Pauli bezeichnen?“

### Frage 28 – Wenn ja, warum ist der Verein für Sie etwas Besonderes?

Auf diese Frage haben nur 59 von den 145 Teilnehmern geantwortet. Für diese 59 Personen ist der FC St. Pauli etwas Besonderes, da bspw. die Eltern oder Großeltern dort gespielt haben oder wegen des engen Verhältnisses zwischen Fans, Verein und Führung. Außerdem wurde auf die gute Stimmung am Millerntor und die Unangepasstheit und Ehrlichkeit des Vereins hingewiesen. St. Pauli ist für sie sympathisch und einzigartig. *„Er gehört zu Hamburg wie der Michel, der Kiez und der Hafen.“*<sup>90</sup> Die Besonderheit steckt laut den Teilnehmern der Umfrage vor allem im außergewöhnlichen Auftreten von Verein und Fans, was in dieser Art bei keinem anderen deutschen Fußballverein vorzufinden ist. Denn trotz steigender Kommerzialisierung *„bleibt der Verein sich selbst treu“*<sup>91</sup> und respektiert *„den Willen der Fans“*<sup>92</sup>. Des Weiteren wird die Verknüpfung von Fußball und Politik angesprochen. St. Pauli separiert die beiden Themen nicht voneinander, sondern geht *„aktiv gegen Rechts, Homophobie, Rassismus, Diskriminierung und Unterdrückung“*<sup>93</sup> vor – und zwar der Verein selbst und besonders auch seine Fans. Eine der schönsten Darstellungen der Besonderheit des FC ist: *„Es ist schwer zu beschreiben, was das besondere am FC St. Pauli ist. Ich glaube, es ist ein bisschen so wie mit der Liebe. Entweder man spürt sie, oder eben nicht. Für mich ist das Millerntor so etwas wie das zweite Zuhause.“*<sup>94</sup>

### Frage 29 – Wenn nein, warum nicht? Was mögen Sie an dem Verein nicht?

Insgesamt 83 Teilnehmer haben auf Frage 29 geantwortet. Viele Befragte – fast die Hälfte - haben als Grund angegeben, dass sie generell nichts gegen den FC haben, aber einfach Fan von einem anderen sind. Oder sie gaben an, durch die große Entfer-

<sup>90</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 44

<sup>91</sup> Ebd.

<sup>92</sup> Ebd.

<sup>93</sup> Ebd.

<sup>94</sup> Ebd.

nung zum Wohnort keine emotionale Bindung und keinen Bezug zu St. Pauli zu haben. Außerdem wurde einige Male geschrieben, dass die Teilnehmer mit dem FC St. Pauli sympathisieren, aber eigentlich Fan des HSV sind. Ein Sympathisant schrieb: „*Ich mag den Verein, aber ich würde mich nicht als Fan bezeichnen. Ich stehe eher zur Nationalmannschaft – also zu Deutschland – als zu einzelnen Vereinen. Ich schaue mir gern verschiedene Spiele an und habe dann auch meist einen Favoriten, aber es ist nicht so, dass ich IMMER für St. Pauli bin.*“<sup>95</sup> Des Weiteren wurden Gleichgültigkeit, kein Interesse, Rechtsradikalismus, die Trikotfarbe, Massenschlägereien, zu viel Politik und dass der FC St. Pauli keine gute Mannschaft sei als Gründe angegeben, warum der Verein nicht gemocht wird.

### Frage 30\* – Sind Sie Mitglied in einem FC St. Pauli Fanklub? Wenn ja, in welchem?

Zwölf Befragte sind Mitglied in einem Fanklub. Genannt wurden sieben verschiedene Klubs: Projekt Chaos, Störtebekers Freunde, S&R St. Pauli, Natural Born Quiddjes, Vogelfreibeuter, Brigade Zero und Freundlich + Kompetent. 118 Teilnehmer sind in keinem Fanklub aktiv und 15 haben keine Angabe zu einer Klubzugehörigkeit gemacht.

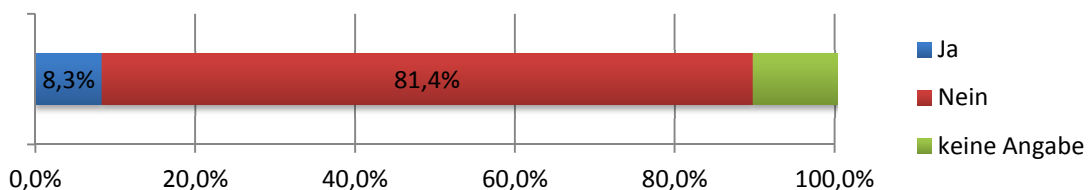


Abbildung 24: "Sind Sie Mitglied in einem FC St. Pauli Fanklub?"

### Frage 31\* – Besitzen Sie Fanartikel? Wenn ja, welche?

56 Teilnehmer besitzen Fanartikel vom FC St. Pauli. 83 haben gar keine Fanartikel oder nur von anderen Vereinen und sechs Personen haben keine Angabe gemacht. Fanartikel, die nur ein- oder zweimal genannt wurden, sind nicht in der Abbildung aufgelistet. Zweifach wurden z. B. Stutzen, Handschuhe und Bücher genannt. Einfache Antworten waren Bettwäsche, Gläser, Sonnenbrille oder Schnuller. Die außergewöhnlichsten Fanartikel, die genannt wurden, waren ein Vogelhaus oder Zigaretten.

<sup>95</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 47

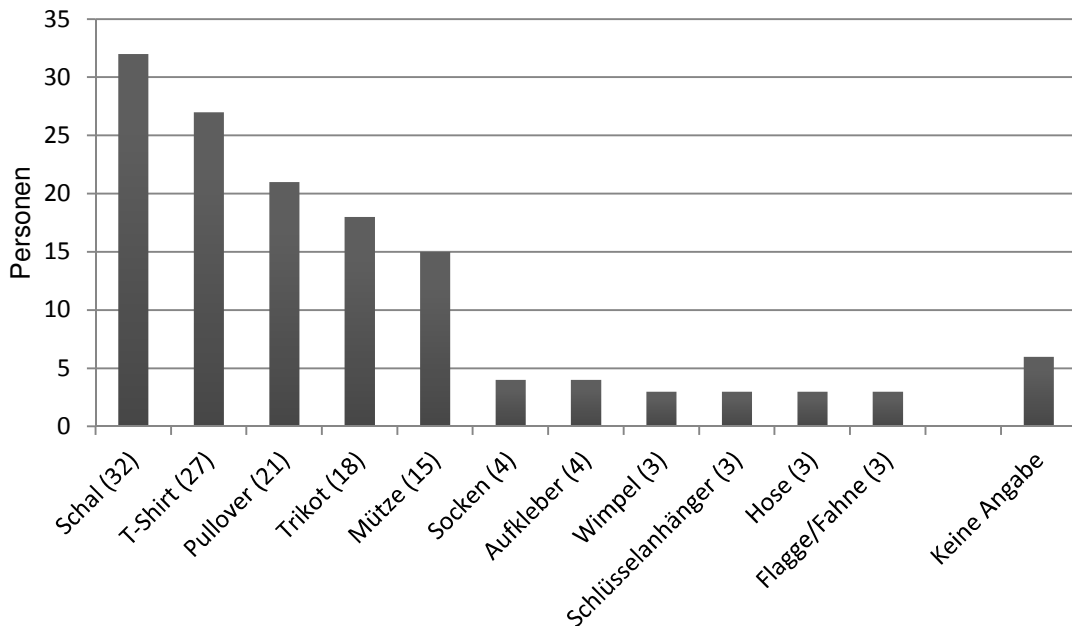


Abbildung 25: Fanartikel des FC St. Pauli

### Frage 32\* – Der FC St. Pauli wird oft als „etwas anders“ bezeichnet. Warum ist er Ihrer Meinung nach anders?

93 Befragte haben eine positive Antwort auf die Frage nach der Andersartigkeit des FC St. Pauli gegeben. Acht Personen haben sich negativ geäußert und elf haben sowohl gute als auch schlechte Anmerkungen hervorgebracht. 34 Personen haben keine Angabe gemacht.

Der FC St. Pauli ist laut den Befragten der Umfrage anders aufgrund seiner Fans und des starken Bezugs zum Stadtteil St. Pauli. Der Kiezklub wird als fairer, kritischer, toleranter, respektvoller und zwangloser als die anderen deutschen Fußballvereine beschrieben. *„Der FC ist aufgrund seiner Fans anders. Sie sind immer da – bei Sieg und Niederlage – zumindest die „echten“ Fans und nicht die, die nur wegen dem Hype ans Millerntor gehen. Ich finde das ist es, was einen Verein ausmacht: die Fans! Natürlich geht es auch um den Erfolg, denn ein Fußballverein ist nun mal ein Wirtschaftsunternehmen, aber es kommt eben nicht immer darauf an. Erfolg ist bzw. wäre für die Fans von St. Pauli eher ein positiver Mehrwert als das, worum es ihnen hauptsächlich geht!“*<sup>96</sup> Einer der Teilnehmer sagte: *„Für mich sind alle anderen „anders“. St. Pauli ist*

<sup>96</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 53

die einzige Möglichkeit.<sup>97</sup> Ein anderer beschrieb es wiederum mit den Worten: „*Ein wenig Fußballromantik im Geld-Zirkus.*“<sup>98</sup> In diese Richtung gehen noch viele weitere der Antworten. St. Pauli ist anders, da es am Millerntor mehr um den Zusammenhalt als um den spielerischen Erfolg geht. Verein und Fans fokussiert sich lieber auf die Vereinstradition und nicht auf den Gewinn – spielerisch und finanziell. So hält sich die Kommerzialisierung in Grenzen und bspw. der Stadionnamen wird nicht an mögliche Geldgeber verkauft. „*Der Verein spiegelt das völlige Umfeld des Hamburger Stadtteils wider. Die Arbeit und das Umfeld dort wirken sehr echt und ehrlich.*“<sup>99</sup> Im Stadion trifft man „*Fans aus allen Schichten der Bevölkerung*“<sup>100</sup>. Zudem ist der Kiezkclub weit über die Grenzen Deutschlands bekannt. Für viele ist „*er mehr als ein Fußballverein*“<sup>101</sup>. Er dient zur Identifikation. Die treuen Fans leben für ihren Verein und unterstützen ihn, egal in welcher Lage er sich gerade befindet. Ein Teilnehmer bringt es auf den Punkt: „*Weil man dort ehrliche Fußball-Fans findet, die alle einbinden und mitnehmen. Egal wer man ist, was man macht und wie viel Geld man verdient. Und weil die Fans treu hinter der Mannschaft stehen. Kein Krösus-Klub, Spieler zum Anfassen. Gute Tradition.*“<sup>102</sup> Zusammenfassend lässt sich sagen, dass besonders die Fans den Verein „etwas anders“ machen. Vor allem durch ihren „*kritischen Umgang auch mit politischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Themen. Die Toleranz gegenüber anderen. Das friedliche und freundschaftliche Miteinander*“<sup>103</sup>. Außerdem die „*immer gute Stimmung, egal ob erste oder zweite Liga und egal welcher Tabellenplatz*“<sup>104</sup>. Doch nicht alle Befragten haben positiv auf die Frage reagiert. Es gab Antworten wie „*ist er nicht mehr*“<sup>105</sup>, „*weil er das immer wieder behauptet*“<sup>106</sup> und „*stinknormaler Zweitligaklub*“<sup>107</sup>. Einer der Befragten zeigt sich enttäuscht über die Entwicklung des Vereins: „*Früher vor dem Umbau war das Millerntor ein Ort für sich. Jetzt nach dem Umbau hat das Millerntor und die Fanszene an Glanz und „Macht“ verloren. Der damalige Mythos ist ein wenig verloren gegangen.*“<sup>108</sup>

---

<sup>97</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 53

<sup>98</sup> Ebd.

<sup>99</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 50

<sup>100</sup> Ebd.

<sup>101</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 51

<sup>102</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 52

<sup>103</sup> Ebd.

<sup>104</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 54

<sup>105</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 50

<sup>106</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 52

<sup>107</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 53

<sup>108</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 50

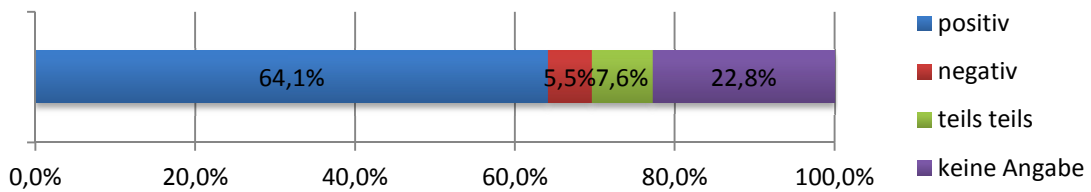


Abbildung 26: "Der FC St. Pauli wird oft als „etwas anders“ bezeichnet. Warum ist er Ihrer Meinung nach anders?"

### Frage 33\* – Engagieren Sie sich bei einem der zahlreichen FC St. Pauli Projekte?

Beim FC gibt es eine Vielzahl an sozialen Projekten, bei denen sich die Fußballfans selbst engagieren können. Von den 145 Teilnehmern haben 117 mit Nein geantwortet. Da bei dieser Multiple-Choice-Frage Mehrfachantworten möglich waren gibt es insgesamt 151 Antworten. Zur Auswahl standen die Projekte: Kiezhelden, Viva con Aqua und AFM. Da es zu umfangreich gewesen wäre, alle Projekte aufzulisten, wurden nur die bekanntesten aufgeführt. Unter dem Punkt „Andere“ konnten weitere Projekte, bei denen sich die Befragten engagieren, angegeben werden. Allerdings gab es dort nur eine Antwort und zwar „Mitglied im St. Pauli Boxen, aber nicht aktiv“.

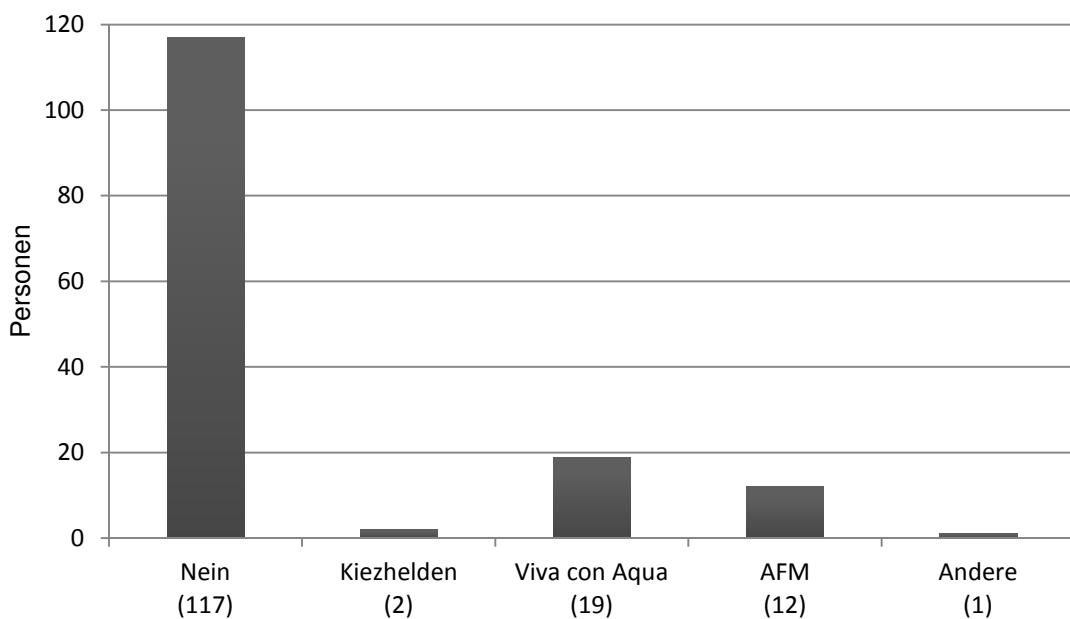


Abbildung 27: Engagement bei FC St. Pauli Projekten

**Frage 34\* – Beschreiben Sie den Verein bitte kurz in Ihren eigenen Worten.**

Der FC St. Pauli wird oft als einzigartig, rebellisch und familiär beschrieben. 26 Personen haben keine Angabe gemacht. Lobende und freundliche Aussagen werden im Folgenden zusammengefasst:

- *„Spezieller Verein mit besonderer Fankultur und auffälligen Auftritten.“<sup>109</sup>*
- *„St. Pauli ist für mich eine sympathische Erscheinung im Profifußball und das Kontrastprogramm zum eher verschwenderischen HSV. Die Fanbasis wirkt sehr authentisch und begeisterungsfähig. Zum Teil wird mir mit dem linken Image etwas sehr hausieren gegangen.“<sup>110</sup>*
- *„St. Pauli ist Fußball aus Leidenschaft. [...] Herzblut pur – und ein ganz wichtiger Bestandteil von Hamburg.“<sup>111</sup>*
- *„Der Verein mitten im Stadtteil, wo Vorstandsboss und Hartz-4-Empfänger nebeneinander Fußball schauen und ein Bier miteinander trinken und der Gegenüber einfach als Mensch zählt!“<sup>112</sup>*
- *„Der FC St. Pauli ist ein nicht sehr erfolgreicher und noch in der zweiten Liga spielender Verein mit einer super Fangemeinde. Der Totenkopf ist nach anfänglichen Protesten mittlerweile das zweite Logo geworden und wird von vielen Fans stolz getragen – und das nicht nur in Deutschland. Der FC St. Pauli ist einfach etwas Besonderes in der heutigen Fußballwelt.“<sup>113</sup>*
- *„St. Pauli, ein Verein mit Herz.“<sup>114</sup>*

Es gibt aber auch andere Meinungen über den FC. *„Der Verein ist ein sehr traditionsreicher Verein mit viel Kult-Faktor. Allerdings bin ich der Meinung, dass der Bezirk den hohen Kult-Status aufrecht hält und nicht unbedingt der Fußballklub. Ich bin mir sicher, dass viele Menschen (national und international), wenn sie den Namen St. Pauli hören, nie auf den Fußballklub kommen.“<sup>115</sup>* Dieser Standpunkt ist zwar nicht unbedingt negativ, aber hinterfragt den Ruf und die Bekanntheit des FC St. Pauli. Abfällige Kommentare waren in diesem Zusammenhang bspw. *„Versoffene und verkiffte Anhänger, denen*

---

<sup>109</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 54

<sup>110</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 55

<sup>111</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 56

<sup>112</sup> Ebd.

<sup>113</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 57

<sup>114</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 58

<sup>115</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 55



*die Leistung des Teams egal ist. Typischer Zweitligaverein<sup>116</sup>, „Punker, die einen Ort zum Treffen benötigen<sup>117</sup> oder „Merkwürdig und seltsam irgendwie – hört man mal was vom Verein, sind es negative Schlagzeilen<sup>118</sup>.*

## 4.4 Zusammenfassung der Ergebnisse

Wie in der vorhergehenden Auswertung beschrieben, haben insgesamt 145 Personen an der Umfrage „Faszination FC St. Pauli“ teilgenommen. Die Teilnahme erfolgte sowohl online als auch in der Hamburger Innenstadt und vor dem Stadion. Der Großteil der Teilnehmer (79%) ist zwischen 18 und 35 Jahren alt – 43% sind 26-35 Jahre alt. Es ist wichtig, dass die Volljährigkeit gegeben ist, da dies ein Kriterium der Grundgesamtheit ist. 70% der Teilnehmer sind männlich und 47% ledig. Alle Teilnehmer sind deutscher Nationalität, womit auch ein weiteres Kriterium der Grundgesamtheit erfüllt ist. Die meisten Teilnehmer wohnen in Hessen (33%) und Hamburg (30%). Die restlichen 37% leben verstreut in Deutschland und im benachbarten Ausland. In Bezug auf den Schulabschluss der Befragten lässt sich sagen, dass 53% ihre Schullaufbahn mit dem höchsten allgemeinbildenden deutschen Abschluss, dem Abitur beendet haben. Gefolgt von 22%, die ein Fachabitur absolviert haben. Der letzte Punkt der soziodemografischen Daten ist die momentane berufliche Situation. 42% sind Arbeitnehmer und 28% Studenten. Ein durchschnittlicher Befragter dieser Umfrage ist somit zwischen 26 und 35 Jahren alt, männlich, ledig und deutsch. Er wohnt in Hessen, hat Abitur und ist als Arbeitnehmer beschäftigt. Außerdem ist er St. Pauli Fan. 26% der Befragten sind Fans vom FC St. Pauli, 19% halten zur SG Eintracht Frankfurt.

Die Mehrheit der Teilnehmer würde sich zwar als fußballbegeistert beschreiben, spielt jedoch selbst nicht aktiv Fußball. Das Interesse an der Sportart lässt sich oft auf die Familientradition zurückführen. Die Teilnehmer wurden von Verwandten mit ins Stadion genommen oder es wurde zuhause gemeinsam Fußball geschaut. Auch durch eigene Aktivität in der Kindheit, haben viele ihre Affinität zum Fußball entdeckt. Und obwohl sie heute nicht mehr selbst spielen, werden sie weiterhin von der Sportart mitgerissen. Sei es durch die Spannung, dem Gemeinschaftsgefühl oder den Emotionen, die hinter dem Mannschaftssport stecken. Einige nutzen Fußball auch als Ausgleich zu ihrem stressigen Alltag oder um einen gemeinsamen Tag mit Freunden zu verbringen.

---

<sup>116</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 57

<sup>117</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 55

<sup>118</sup> Anlage 4, Auswertung von survio.com, S. 54

Neben dem Interesse an der Sportart an sich, ist auch die Begeisterung für Stadionbesuche bei den Befragten sehr hoch. 94% waren schon einmal bei einem Fußballspiel im Stadion. Wiederholt wurde geäußert, dass das Live-Erlebnis besser ist als ein Spiel im Fernsehen zu schauen. Zudem spielen die emotionale und spannende Atmosphäre und die außergewöhnliche Stimmung im Fußballstadion eine große Rolle. Mit seinem Verein mitfiebern, ihn anfeuern und unterstützen sind ebenfalls Gründe für Stadiongänger. Der Besuch bedeutet für sie Spannung, Leidenschaft, Kampfgeist und Emotionen. Es hat aber auch einen Eventcharakter und bietet Zeit für Freunde und Bekannte.

Ein sehr positives Ergebnis der Umfrage ist, dass alle – bis auf zwei Personen – den FC St. Pauli kennen und etwas mit ihm in Verbindung bringen können. Der Totenkopf ist die häufigste Assoziation mit dem Kiezverein, welcher auch am meisten durch die Fans und ihre Selbstständigkeit und Aktivität geprägt wurde. Hamburg und das Millerntor-Stadion wurden ebenfalls mehrfach genannt. Jedoch sind Hamburg als Stadt und das Millerntor-Stadion sehr nahegelegene Verknüpfungen zum FC. Sympathische Assoziationen sind u. a. Kultklub, Welpokalsiegerbesieger oder Tradition.

48% der Befragten haben schon einmal ein Spiel des FC St. Pauli live im Stadion gesehen. Das sind 22% mehr als vorher angegeben haben, dass St. Pauli ihr Lieblingsverein ist. Daraus kann geschlossen werden, dass diese Teilnehmer entweder aus Interesse an den Kiezkickern im Stadion waren oder weil ihr Lieblingsverein gegen den FC gespielt hat. Aber egal aus welcher Intention heraus, fast 50% der Umfrageteilnehmer haben bei einem Stadionbesuch den FC St. Pauli gesehen und waren in der Lage ihre Erfahrungen zu erläutern. Die Häufigkeit der Stadionbesuche reicht dabei von einmal bis regelmäßig. Vier der Befragten gehen sogar zu allen Heimspielen von St. Pauli. Dem gegenüber stehen 19 Personen, die eine Dauerkarte für das Stadion besitzen. Es ist sehr schwer an eine Dauerkarte heranzukommen. Jedes Jahr gibt es nur eine begrenzte Anzahl an neu zu vergebene Dauerkarten, bestehende werden meist an Familienmitglieder weiter vererbt.

Wer die Option auf eine Dauerkarte erlangt hat, hat die Möglichkeit die Stimmung im Millerntor-Stadion hautnah mitzuerleben. Die gute Stimmung auf St. Pauli, welche durch ihre Lockerheit und die Fangesänge besticht, ist für viele etwas Besonderes, vor allem durch die Fanaktionen und Choreografien, welche ein spezielles Flair verbreiten. Aber nicht alle Befragten sind der Stimmung im Millerntor gegenüber positiv gestimmt. Einige denken, dass in Bezug auf die Stimmung und die Andersartigkeit zu viel erzählt und durch Mundpropaganda nach außen getragen wird. Aber ein weiterer Aspekt für die Individualität und Charakteristik für den FC St. Pauli sind seine Rituale, auf die sehr viel Wert gelegt wird. Ihre eigene Vereinshymne Hells Bells von ACDC, das Lied „Das Herz von St. Pauli“, einstudierte Fangesänge und das Schlüsselklimpeln bei einem FC-

Eckball gehören hierbei genauso dazu, wie die fußball- bzw. stadiontypischen Rituale von Bier und Bratwurst. Jedoch sind vor allem die Fans durch ihre großartige Unterstützung unentbehrlich für die Atmosphäre am Millerntor. Bei Auswärtsspielen wird die Stimmung dagegen anders wahrgenommen. Weniger Fans nehmen die langen Fahrten in Kauf, in den anderen Stadien gibt es nicht das typische Astra-Bier und die für St. Pauli heilige Vereinshymne Hells Bells wird nicht gespielt. Andererseits wird die gemeinsame Anreise als positiv empfunden, da die Fans sich dadurch besser kennenlernen und eine stärkere Bindung zueinander aufbauen. Einige nehmen die Auswärtsfahrten sogar als angenehmer wahr, da durch die kleinere Gruppe eine eingeschlossene Gemeinde entsteht.

Wie im Kapitel 2 dieser Arbeit beschrieben, gibt es 353 registrierte FC St. Pauli Fanklubs. Nur 8% haben im Fragebogen angegeben, einem Fanklub anzugehören. Dabei wurden sieben verschiedene Fanklubs genannt. Das bedeutet, dass sich trotz der Vielfalt an Fanklubs nicht alle Fans einem Klub anschließen. Speziell bei dieser Umfrage bezeichnen sich 32% als Fan des FC St. Pauli und nur ein geringer Anteil von 8% organisiert und engagiert sich in einem Fanklub. Ähnlich ist es bei den sozialen Projekten, welche ebenfalls in Kapitel 2 vorgestellt wurden. Die Teilnehmer der Umfrage unterstützen meist die Projekte „Viva con Aqua“ (13%) und „AFM“ (8%). Die Mehrheit von 81% beteiligt sich allerdings nicht aktiv an den zahlreichen sozialen Projekten. Diese schwache Beteiligung kann jedoch auf die relativ geringe Teilnahme an der Umfrage zurück geführt werden und auch auf die niedrige Anzahl an St. Pauli Fans bei dieser Umfrage. Trotz der relativ geringen Fananzahl haben 39% der Teilnehmer Fanartikel des Kiezkлубs, d. h. 7% sind laut ihren Angaben kein Fan von St. Pauli, besitzen aber trotzdem Fan-Utensilien wie Schals, Shirts oder Mützen. Dadurch kann man sehen, dass der Verein eine hohe Wirkung hat und auch Menschen, die nur mit dem Verein sympathisieren ihr Interesse durch Fanartikel zum Ausdruck bringen oder sich womöglich dadurch an ein Erlebnis am Millerntor in Erinnerung behalten möchten.

Der Fokus dieser Arbeit richtet sich auf die Fankultur, um die es deshalb auch in der Umfrage geht. Die Fankultur des FC St. Pauli hinterlässt bei weiten Teilen der Befragten einen bleibenden Eindruck. Sie wird als kreativ, sozial und politisch engagiert, angenehm und ehrlich beschrieben. Vor allem die durchgängige Unterstützung des Teams beeindruckt die Teilnehmer. Die Spieler des FC werden – egal bei welchem Spielstand – angefeuert und bejubelt. Und obwohl 56% nur Gutes über die Fankultur berichten, bezeichnen sich lediglich 32% als Fan des Vereins. Dieses Ergebnis ist darauf zurückzuführen, dass die Kiezkicker neben ihren engagierten Fans eine Vielzahl an Sympathisanten haben, die zwar nicht jedes Spiel sehen und nicht alle Neuigkeiten des Vereins verfolgen, aber dennoch gutheißen, was die Fans leisten und wie sie dem Verein und dem Team in allen Situationen zur Seite stehen. In diesem Zusammenhang lässt sich auch die Besonderheit des Vereins beschreiben. Das enge Verhältnis und

der gegenseitige Respekt zwischen Fans, Verein und dessen Führung wird dabei besonders hervorgehoben. Sie treten nach außen anders auf und werden als unangepasst, aber trotzdem ehrlich in ihrem Verhalten wahrgenommen. Dies wird auch durch den aktiven Vorgang gegen Rassismus, Diskriminierung und Unterdrückung deutlich gemacht. Aber auch die bereits beschriebene außergewöhnliche Stimmung im Millern-Stadion, mit ihren einzigartigen Ritualen trägt zur Besonderheit bei. Die Gegenseite sagt, dass St. Pauli für einen Fußballverein zu viel mit Politik zu tun hat. Sie werfen ihm außerdem Rechtsradikalismus, zu viele Schlägereien und sportlichen Misserfolg vor. Der Hauptgrund warum viele der Befragten kein Fan des Vereins sind, ist jedoch, dass sie schlicht und einfach ein anderes Team favorisieren.

Trotz allem haben alle Teilnehmer ihre Meinung geschildert, warum der Verein in ihren Augen anders ist. Es geht um den Zusammenhalt – St. Pauli gegen den Rest der Fußballwelt! Die Andersartigkeit ist dabei hauptsächlich auf die Fans und den Stadtteilbezug zurückzuführen. Wie schon mehrfach beschrieben, sind die Fans die Basis des FC St. Pauli und machen den Verein durch ihre Aktivität und den Support in jeder Lebenslage aus. Es geht ihnen nicht nur darum zu gewinnen, sondern vor allem um die Tradition des Vereins und darum, nicht verkauft zu werden. Der FC St. Pauli ist „etwas anders“, weil er tolerant, fair und kritisch ist und das ist er wegen seinen Fans und deren Anstrengungen und Tatkraft, um ihre Vorstellungen eines sozialen und politisch korrekten Vereins zu verwirklichen und das in Kooperation mit den Verantwortlichen des Vereins.

Der Verein ist für die Befragten speziell, zwar klein aber dennoch rebellisch und er ist auffällig. Nur 3% haben eine negative Bilanz am Ende der Umfrage gezogen. St. Pauli lebt von seiner Tradition, seinem Mythos als Underdog und dem damit verbundenen Kultcharakter. Auch in diesem Zusammenhang werden häufig die Fans positiv hervorgehoben. Sie werden nicht als Erfolgsfans betitelt, sondern werden dafür gelobt, dass sie immer für ihren Verein da sind. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der FC St. Pauli – laut der Umfrage – mitreißend, bodenständig, kämpferisch und einfach liebenswert ist.

## 5 Fazit

Unangepasst, rebellisch und klein – das sind die ersten Assoziationen mit dem FC St. Pauli. Der Verein besteht seit über 100 Jahren. Er hat sich im Laufe der Zeit stark gewandelt und mit ihm seine Fans. Seit den 1980er Jahren hält die linke Szene und vor allem die Totenkopf-Fahne Einzug ins Millerntor-Stadion.

Wie in der vorliegenden Arbeit deutlich gemacht wurde, sind die spielerischen Leistungen des FC St. Pauli nicht immer von Erfolg gekrönt. Doch das ist nicht von höchster Priorität. Beim FC St. Pauli geht das Fanempfinden über den Fußball und das damit verbundene Erlebnis hinaus. Der Verein und die Mannschaft dienen für die Fans zur Identifikation und dadurch bringen sie ihre kritischen und politischen Ansichten, das Streben nach Demokratie und den lokalen Bezug zum Ausdruck. Auch nach außen wirken St. Pauli Fans anders. Sie werden meist als sympathisch, engagiert und kreativ wahrgenommen – wohingegen die Fans der großen Vereine (z. B. FC Bayern München) oft als erfolgsorientiert abgestempelt werden.

Die zentrale Fragestellung konnte im Rahmen dieser Arbeit beantwortet werden. Der Hype um den FC St. Pauli wurde einerseits durch die linke Bewegung Mitte der 1980er Jahre und ihrem Vorreiter Doc Mabuse hervorgerufen, welcher die Totenkopf-Fahne zum ersten Mal mit ins Millerntor-Stadion gebracht hat, zum Anderen durch die daraus entstandene neue Fankultur. Genau wie vor über 30 Jahren hat der FC St. Pauli eine außergewöhnliche Fangemeinde. Die durchgeführte Umfrage hat veranschaulicht, dass der norddeutsche Fußballklub neben seinen treuen Fans auch viele Sympathisanten hat, die den Verein zwar nicht als ihren Favoriten sehen, aber dennoch Interesse an ihm zeigen und die Arbeit und Aktivität der Fans würdigen. St. Pauli Fans sind stets loyal und halten in guten wie in schlechten Zeiten zu ihrem Verein. St. Pauli ist für viele seiner Fans eine Lebenseinstellung und somit auch ein großer und bemerkenswerter Bestandteil ihres Lebens. Gemeinsam überstehen sie Höhen und Tiefen und kämpfen stets für dieselben Ziele. Im Millerntor-Stadion zählt jeder Besucher einfach als Mensch, egal wer er außerhalb des Stadions ist und was er macht.

Zusammenfassend kann man sagen, dass der Verein ohne seine Fans nicht derselbe wäre und sie die Basis für die Kiezkicker darstellen. Hinter dem Hype um die Totenkopf-Fahne stecken demnach die Fans, die mit ihrer Motivation und ihrem Enthusiasmus den Verein beleben und ihn immer unterstützen. Dieser Zusammenhalt stärkt die Gemeinde und wirkt auf andere anziehend und interessant. Selbstverständlich kann man nicht alle Menschen gleichermaßen begeistern und zufriedenstellen. Somit gibt es auch einige Widersacher des FC St. Pauli, die nicht mit der speziellen und irgendwie andersartigen Fankultur übereinstimmen. Sie stehen dem Verein eher kritisch gegenüber und allein die Zweitklassigkeit ist Grund genug ihn als uninteressant zu empfin-

den. Aber gerade weil nicht alle Fußballfans hinter dem FC St. Pauli stehen, sondern „nur“ ein spezieller Teil – eine eingeschworene Gemeinde –, die zielstrebig ist und ihrem Verein treu bleibt, ist er besonders und hebt sich von anderen Bundesligavereinen ab.

Sollte der FC St. Pauli nach der laufenden Saison in die dritte Liga absteigen, wird es sicher einige Personen geben, die sich darüber kritisch äußern oder sich sogar vom Verein abwenden. Dieses Verhalten gibt es bei allen Vereinen. Die echten Fans, die schon jahrelang zu St. Pauli Spielen gehen und den Verein unterstützen, werden jedoch bleiben und weiter kämpfen. Denn für sie gibt es nur einen Verein und das für immer. Schlussendlich sind es die Treue und der Kampfgeist, die zählen und von großer Bedeutung für den FC St. Pauli und seinen Kultstatus sind.

# Literaturverzeichnis

## Monografien

AMTSBERG Sven: 111 Gründe, den FC St. Pauli zu lieben. Eine Liebeserklärung an den großartigsten Fußballverein der Welt. Berlin 2013.

GALCZYNSKI Ronny: Millerntor. Eine Liebeserklärung an das alte Stadion des FC St. Pauli. Berlin 2012.

MARTENS René: Wunder gibt es immer wieder. Die Geschichte des FC St. Pauli. Göttingen 2009.

THOMESSEN Conny: Die 11 vom Millerntor – FC St. Pauli. Der Traditionsverein und seine Geschichte. Von Jürgen Gronau bis Andre Golke – Eine Geschichte des Weltpokalsiegerbesiegers. Norderstedt 2014.

## Sammelbände

LEDERER Bernd (Hg.): Teil-Nehmen und Teil-Haben. Fußball aus Sicht kritischer Fans und Gesellschaftswissenschaftler. Göttingen 2010.

SCHMIDT-LAUBER Brigitta (Hg.): FC St. Pauli. Zur Ethnographie eines Vereins. Münster 2004.

STRUNZ Claus (Hg.): Forza St. Pauli. 100 Jahre Klub, Kultur und liebenswertes Chaos. Hamburg 2010.

WEHRHEIM Michael (Hg.): Marketing der Fußballunternehmen. Sportmanagement und professionelle Vermarktung. Berlin 2005.

## Internetquellen

ABTEILUNG FÖRDERNDE MITGLIEDER: Jetzt AFM-Mitglied werden!. Herausgegeben von fcstpauli-afm.de o.J.. URL: <http://www.fcstpauli-afm.de/afm-home/mitglied-werden/jetzt-afm-mitglied-werden--7.htm>, Stand 09.12.2014.

ABTEILUNG FÖRDERNDE MITGLIEDER: Über die AFM. Herausgegeben von fcstpauli-afm.de o.J.. URL: <http://www.fcstpauli-afm.de/afm-home/ueber-uns/ueber-die-afm-4.htm>, Stand 09.12.2014.

BUNDESLIGA: Tabelle 2. Bundesliga. Herausgegeben von bundesliga.de 2014. URL: <http://www.bundesliga.de/de/liga2/tabelle/>, Stand: 30.12.2014

BRUHN Manfred: Sponsoring. Herausgegeben von wirtschaftslexikon.gabler.de o.J.. URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/5126/sponsoring-v7.html>, Stand 11.12.2014.

CONGSTAR: Unser Engagement. Congstar und FC St. Pauli. Herausgegeben von congstar.de o.J.. URL: <http://www.congstar.de/fc-st-pauli/?afid=203506-68746153275433665>, Stand 12.12.2014.

DFB: Mitgliederstatistik. Herausgegeben von dfb.de 2014. URL: <http://www.dfb.de/verbandsstruktur/mitglieder/>, Stand 16.01.2015.

DUDEN: Marketing, das. Herausgegeben von duden.de o.J.. URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Marketing>, Stand 20.01.2015.

DUDEN: Underdog, der. Herausgegeben von duden.de o.J.. URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Underdog>, Stand: 12.12.2014.

FC ST. PAULI: Fans. Der Fanladen St. Pauli. Herausgegeben von fcstpauli.com o.J.. URL: <http://www.fcstpauli.com/fans/fanladen>, Stand 17.12.2014.

FC ST. PAULI: Fußball-Club St. Pauli von 1910 e.V. Die Satzung. Herausgegeben von fcstpauli.com 2014. URL: [http://www.fcstpauli.com/images/verein/satzung/fc\\_st\\_pauli\\_satzung\\_11-2014.pdf](http://www.fcstpauli.com/images/verein/satzung/fc_st_pauli_satzung_11-2014.pdf), Stand 09.12.2014

FC ST. PAULI: Profis. Ich hatte immer eine Affinität zum FC St. Pauli. Herausgegeben von fcstpauli.com 2014. URL: <http://www.fcstpauli.com/profis/news/6704>, Stand 17.12.2014.

FC ST. PAULI: Profis. Meggle neuer Sportdirektor – Lienen neuer Cheftrainer. Herausgegeben von fcstpauli.com 2014. URL: <http://www.fcstpauli.com/profis/news/6703>, Stand 17.12.2014.

FC ST. PAULI: Profis. Viel Freude und harte Arbeit sind der Schlüssel zum Erfolg. Herausgegeben von fcstpauli.com 2014. URL: <http://www.fcstpauli.com/profis/news/5979>, Stand: 09.12.2014

FC ST. PAULI: Sportabteilungen. Herausgegeben von fcstpauli.com o.J.. URL: <http://www.fcstpauli.com/home/sporttreibende/aktuelles/news>, Stand 09.12.2014.



FC ST. PAULI: Verein. Ehrenrat. Herausgegeben von fcstpauli.com o.J.. URL: <http://www.fcstpauli.com/home/verein/gremien/ehrenrat>, Stand 10.12.2014.

FC ST. PAULI: Verein. Viva Con Aqua. Herausgegeben von fcstpauli.com o.J.. URL: <http://www.fcstpauli.com/home/verein/verantwortung/viva>, Stand 08.12.2014.

HAMBURGER MORGENPOST: Interview mit Doc Mabuse. Ich erfand den Totenkopf-Kult. Herausgegeben von mopo.de 2010. URL: <http://www.mopo.de/news/st--pauli-ich-erfand-den-totenkopf-kult,5066732,5150494.html>, Stand 10.12.2014.

HOFFMANN Marius: Vom Totenkopf bis St. Pauli. Herausgegeben von suite101.de 2013. URL: <http://suite101.de/article/vom-totenkopf-bis-st-pauli-a120486>, Stand: 10.12.2014

HUMMEL: FC St. Pauli Kiezhelden. Herausgegeben von hummel.net 2014. URL: <http://www.hummel.net/de-DE/karma/page/850/FC%20St.%20Pauli%20Kiezhelden>, Stand 12.12.2014.

KICKER ONLINE: FC St. Pauli. Vereinsdaten. Herausgegeben von kicker.de o.J.. URL: <http://www.kicker.de/news/fussball/2bundesliga/vereine/2-bundesliga/2011-12/fc-st-pauli-18/vereinsinformationen.html>, Stand 09.12.2014.

KIEZHELDEN: Warum brauchen wir Kiezhelden?. Herausgegeben von kiezhelden.com o.J.. URL: <http://www.kiezhelden.com/warum>, Stand 08.12.2014.

MINI: Unsere Aktionen und Angebote. FC St. Pauli Fanbekenntnis für ihren Mini. Herausgegeben von hamburg-elbvororte.mini.de o.J.. URL: [http://hamburg-elbvororte.mini.de/dealer/hamburg-elbvororte/special\\_offers/MINI\\_St\\_Pauli\\_2014/index.html](http://hamburg-elbvororte.mini.de/dealer/hamburg-elbvororte/special_offers/MINI_St_Pauli_2014/index.html), Stand 12.12.2014.

MUNTERMANN Natalie: Piraten – Die Herren der sieben Meere. Herausgegeben von planet-wissen.de 2014. URL: [http://www.planet-wissen.de/politik\\_geschichte/verbrechen/piraten/](http://www.planet-wissen.de/politik_geschichte/verbrechen/piraten/), Stand: 10.12.2014

MUNTERMANN Natalie: Piraten-Glossar. Herausgegeben von planet-wissen.de 2014. URL: [http://www.planet-wissen.de/politik\\_geschichte/verbrechen/piraten/](http://www.planet-wissen.de/politik_geschichte/verbrechen/piraten/), Stand: 10.12.2014

STATISTA: Mitgliederzahl des Deutschen Basketball Bundes von 2002 bis 2014. Herausgegeben von statista.com o.J.. URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/216164/umfrage/mitgliederzahl-des-deutschen-basketball-bundes/>, Stand 16.01.2015.

STATISTA: Mitgliederzahl des Deutschen Handball Bundes von 2002 bis 2014. Herausgegeben von statista.com o.J.. URL:

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/215950/umfrage/mitgliederzahl-des-deutschen-handball-bundes/>, Stand 16.01.2015.

STATISTA: Statistik-Lexikon. Definition Grundgesamtheit. Herausgegeben von de.statista.com o.J.. URL:

<http://de.statista.com/statistik/lexikon/definition/60/grundgesamtheit/>, Stand 28.12.2014.

STATISTA: Statistik-Lexikon. Definition Stichprobe. Herausgegeben von de.statista.com o.J.. URL:

<http://de.statista.com/statistik/lexikon/definition/128/stichprobe/>, Stand 28.12.2014.

STATISTA: Statistik-Lexikon. Definition Zufallsauswahl. Herausgegeben von de.statista.com o.J.. URL:

<http://de.statista.com/statistik/lexikon/definition/147/zufallsauswahl/>, Stand 28.12.2014.

ULTRÀ SANKT PAULI 2002: Kontakt. Herausgegeben von usp.stpaulifans.de o.J..

URL: <http://usp.stpaulifans.de/contact/>, Stand 17.12.2014.

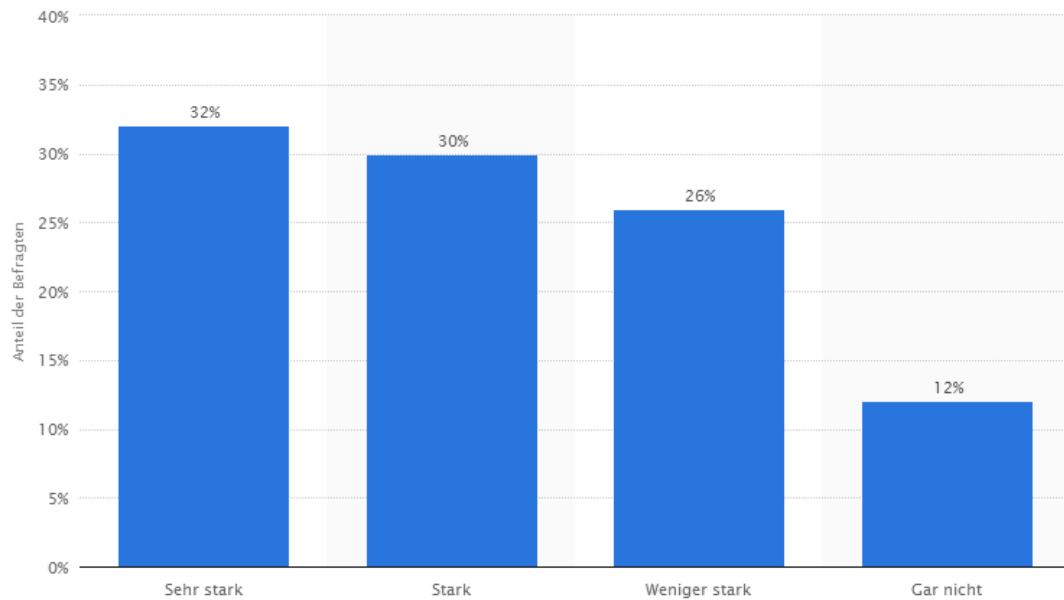
WISSEN: Hooligan. Herausgegeben von wissen.de o.J.. URL:

<http://www.wissen.de/lexikon/hooligan>, Stand 17.12.2014.

# Anlagen

## Anlage 1 – „Fußballinteresse in Deutschland (Quelle: Statista)“

### Interesse der deutschen Bevölkerung am Fußball (Stand: Juli 2014)



**Anlage 2 – „Fragebogen Faszination FC St. Pauli“**

## Faszination FC St. Pauli

Liebe/r Teilnehmer/in,

dieser Fragebogen ist Teil meiner Bachelorarbeit zum Thema „Faszination FC St. Pauli“ an der Hochschule Mittweida und dient als Grundlage für den Praxisteil meiner Arbeit. Neben Ihren Interessen am Fußballclub St. Pauli, werden einige allgemeine Fragen zum Thema Fußball und Ihre soziodemografischen Daten abgefragt.

Bitte beantworten Sie alle Fragen spontan und nach bestem Wissen und Gewissen.

Vielen Dank für Ihre Hilfe und Mitarbeit!

### Soziodemografische Daten

---

#### Alter

- |                                  |                                       |
|----------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 18 - 25 | <input type="checkbox"/> 46 - 55      |
| <input type="checkbox"/> 26 - 35 | <input type="checkbox"/> 56 - 65      |
| <input type="checkbox"/> 36 - 45 | <input type="checkbox"/> 66 und älter |

#### Geschlecht

- |                                   |                                   |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> männlich | <input type="checkbox"/> weiblich |
|-----------------------------------|-----------------------------------|

#### Familienstand

- |                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> ledig       | <input type="checkbox"/> In einer Partnerschaft lebend    |
| <input type="checkbox"/> verheiratet | <input type="checkbox"/> Eingetragene Lebenspartnerschaft |
| <input type="checkbox"/> geschieden  | <input type="checkbox"/> verwitwet                        |

#### Nationalität

- |                                  |                                |
|----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> deutsch | <input type="checkbox"/> _____ |
|----------------------------------|--------------------------------|

#### Wohnort

- |                                  |                                |
|----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hamburg | <input type="checkbox"/> _____ |
|----------------------------------|--------------------------------|

#### Höchster allgemeinbildender Schulabschluss

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Kein Schulabschluss                    | <input type="checkbox"/> Hauptschulabschluss |
| <input type="checkbox"/> Realschulabschluss<br>(mittlere Reife) | <input type="checkbox"/> Fachhochschulreife  |
| <input type="checkbox"/> Abitur                                 | <input type="checkbox"/> _____               |

#### Berufliche Situation

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Schüler/in  | <input type="checkbox"/> Auszubildende/r |
| <input type="checkbox"/> Student/in  | <input type="checkbox"/> Arbeitnehmer    |
| <input type="checkbox"/> Selbständig | <input type="checkbox"/> Beamte/r        |
| <input type="checkbox"/> arbeitslos  | <input type="checkbox"/> _____           |

**Fußball**

---

1. Würden Sie sich selbst als „fußballbegeistert“ bezeichnen?

☐ Ja ☐ Nein

2. Spielen Sie selbst Fußball?

☐ Ja ☐ Nein

Wenn Sie mit **Nein** geantwortet haben bitte zur nächsten Frage weiter!

2.1 Spielen Sie in einem Verein?

☐ Ja ☐ Nein

3. Warum interessieren Sie sich für Fußball?

4. Welcher ist Ihr Lieblings-Fußballverein?

5. Waren Sie schon mal bei einem Fußballspiel im Stadion?

☐ Ja ☐ Nein

Wenn Sie mit **Nein** geantwortet haben bitte zur nächsten Kategorie weiter!

5.1 Aus welchem Grund waren Sie im Stadion?

5.2 Wie war dieses Erlebnis für Sie?

5.3 Welche Bedeutung hat ein Stadionbesuch für Sie?

**FC St. Pauli**

---

1. Kennen Sie den FC St. Pauli?

☐ Ja ☐ Nein

2. Was fällt Ihnen als Erstes ein, wenn Sie „FC St. Pauli“ hören?

3. Waren Sie schon mal bei einem Spiel des FC St. Pauli?

☐ Ja ☐ Nein

Wenn Sie mit **Nein** geantwortet haben bitte zur nächsten Frage weiter!

3.1 Wann waren Sie zum 1. Mal im Stadion bei einem FC St. Pauli Spiel?

3.2 Wie oft waren Sie schon im Stadion? (ein Mal, mehrmals, regelmäßig, nur zu Heimspielen,...)

3.3 Besitzen Sie eine Dauerkarte für die FC St. Pauli Spiele?

3.4 Wie würden Sie die Stimmung im Stadion beschreiben?

3.5 Gibt es bestimmte Rituale im Stadion? Wenn ja, welche?

3.6 Gibt es Unterschiede zwischen Heim- und Auswärtsspielen? Wenn ja, welche?

4. Was halten Sie von der Fankultur des FC St. Pauli?

5. Würden Sie sich als Fan des FC St. Pauli bezeichnen?

- ☐ Ja ☐ Nein

5.1 Wenn ja, warum ist der Verein für Sie etwas Besonderes?

5.2 Wenn nein, warum nicht? Was mögen Sie an dem Verein nicht?

5.3 Sind Sie Mitglied in einem FC St. Pauli Fanklub? Wenn ja, in welchem?

6. Besitzen Sie Fanartikel? Wenn ja, welche?

- ☐ Ja, \_\_\_\_\_  
☐ Nein

7. Der FC St. Pauli wird oft als „etwas anders“ bezeichnet. Warum ist er Ihrer Meinung nach anders?

8. Engagieren Sie sich bei einem der zahlreichen FC St. Pauli Projekte?

- ☐ Nein ☐ Kiezhelden  
☐ Viva Con Aqua ☐ AFM - Abteilung Fördernde Mitglieder  
☐ \_\_\_\_\_

9. Beschreiben Sie den Verein bitte kurz in Ihren eigenen Worten.

**Vielen Dank für Ihre Zeit!**

**Anlage 3 – „Veröffentlichung auf Facebook“**

Veröffentlichung am 6. November 2014

Hallo Zusammen.

Es ist mal wieder so weit - eine neue Umfrage steht an!

Im Rahmen meiner Bachelorarbeit zum Thema "Faszination FC St. Pauli" untersuche ich, was den Verein so besonders macht. Die Umfrage richtet sich an Personen, die generell Interesse an Fußball haben und ist anonym.

Neben den Interessen am Fußballclub St. Pauli, gibt es allgemeine Fragen zum Thema Fußball und die soziodemografischen Daten werden abgefragt.

Sehr gern dürft ihr den Link auch mit euren Bekannten und Freunden teilen, je mehr desto besser.

Vielen Dank!



## Anlage 4 – „Auswertung von survio.com“

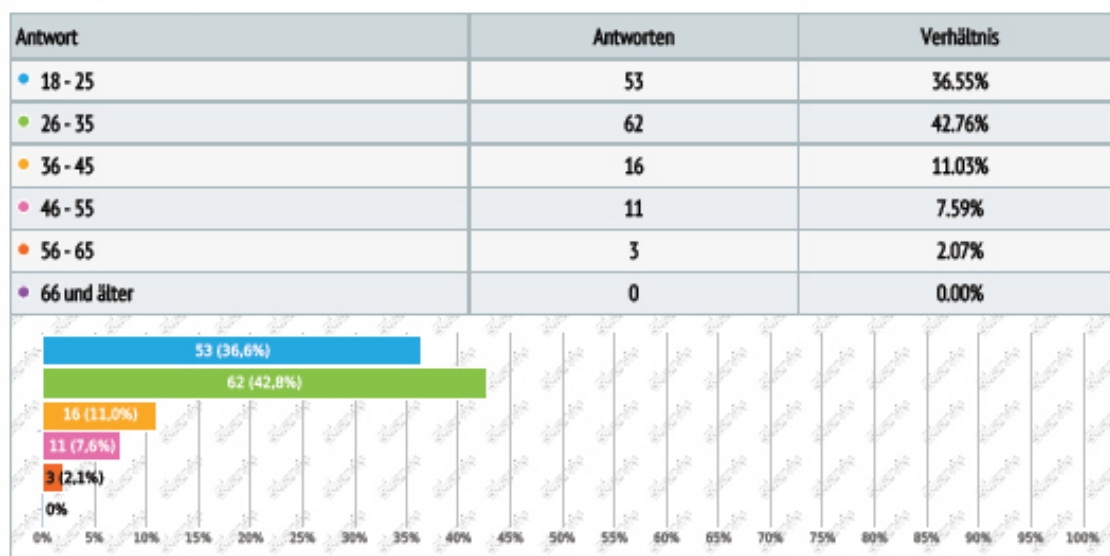


Faszination FC St. Pauli

## Ergebnisse

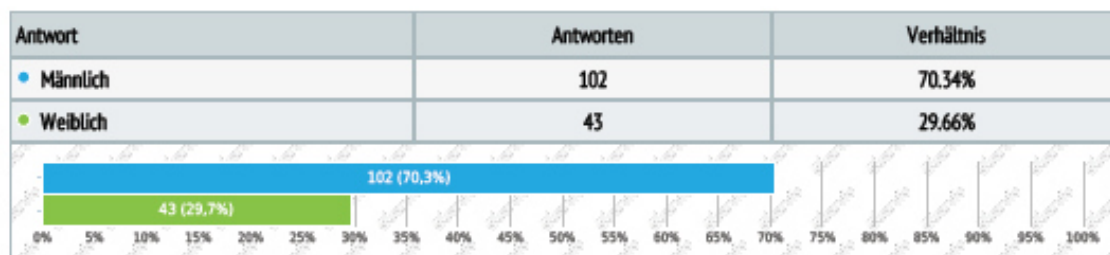
## 1. Alter

Einzelwahl, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x



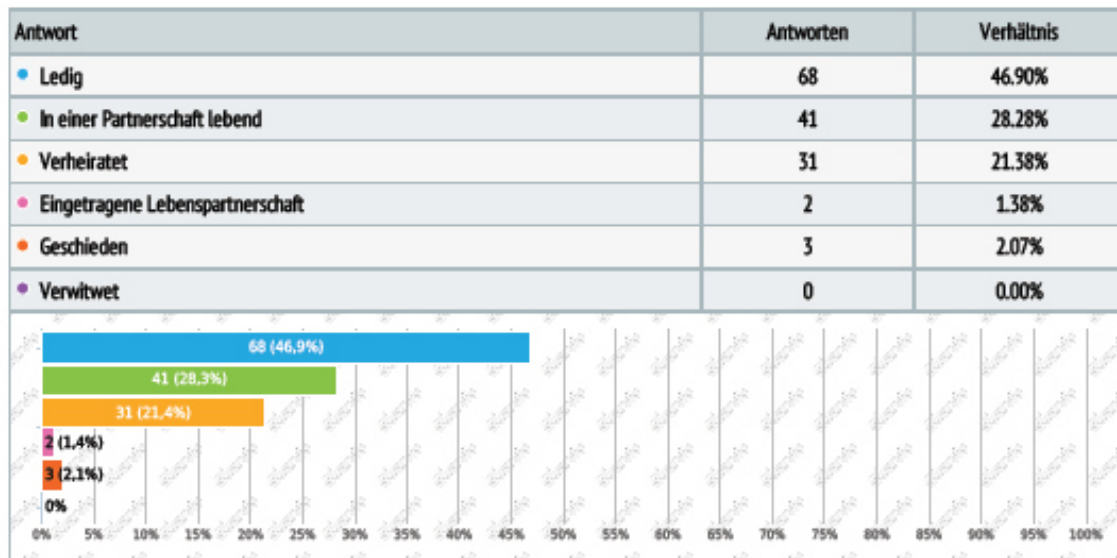
## 2. Geschlecht

Einzelwahl, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x

Online Umfrage kostenlos – [www.survio.com](http://www.survio.com)

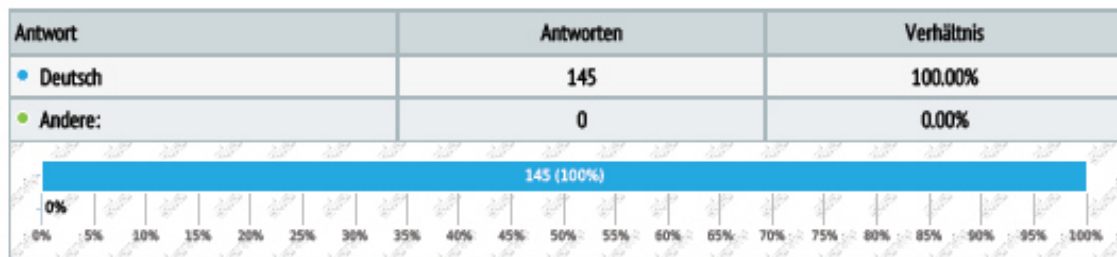
### 3. Familienstand

Einzelwahl, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x



### 4. Nationalität

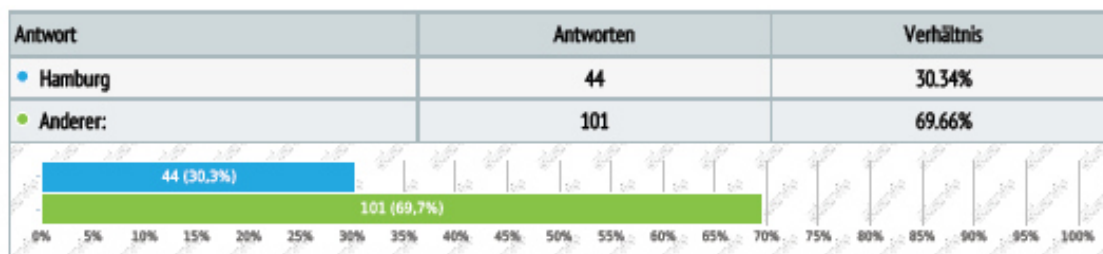
Einzelwahl, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x





## 5. Wohnort

Einzelwahl, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x



- (7x) Berlin
- Großen Linden
- (8x) Linden
- (4x) Köln
- Heidelberg
- (6x) Frankfurt
- (12x) Gießen
- (2x) Wetzlar
- Frankfurt am Main
- Lützellinden
- (2x) Großen-Linden
- Mannheim
- (2x) Göttingen
- (2x) Bayern
- Marburg
- Nebel auf Amrum
- Baden-Württemberg
- (2x) München
- Bremen
- gießen
- Baden- Baden
- Wentorf b. Hamburg
- Herford
- (2x) Giessen
- Leun
- Amrum
- singhofen





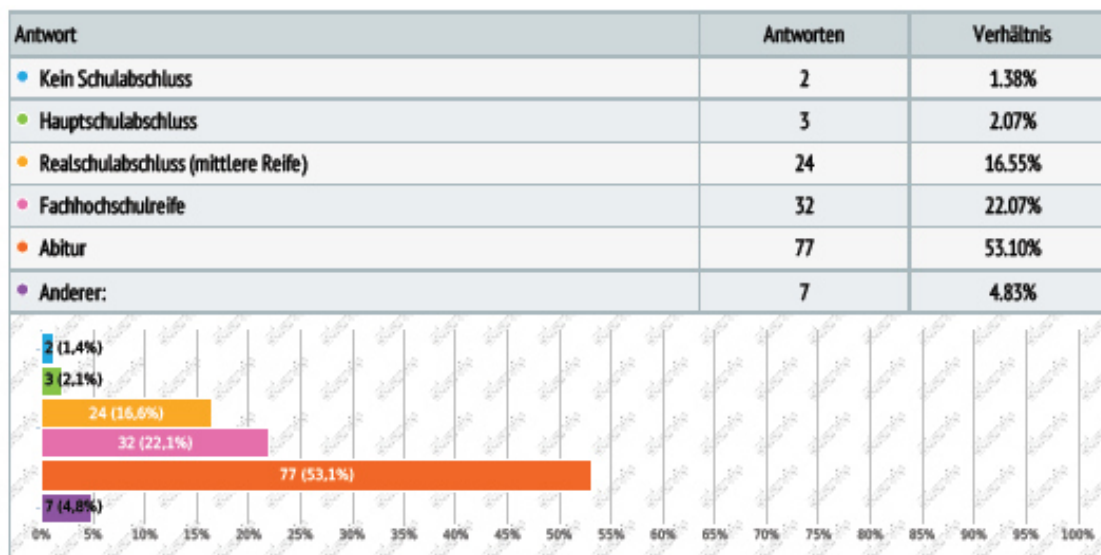
Faszination FC St. Pauli

- Witzenhausen
- (2x) Braunschweig
- Stuttgart
- Sylt
- Herne
- (2x) Wiesbaden
- Saarbrücken
- Diez
- Warschau
- Friedrichshafen
- 35440 Linden
- giessen
- linden Hessen!!
- 35315
- pohlheim
- Hannover
- (2x) Palma de Mallorca
- Dietzhöltal
- 27239 Twistringen
- Schweinfurt
- Leipzig
- Hessen
- sinzheim
- Düren
- Bielefeld
- (2x) Schneverdingen
- Buxtehude
- Regensburg
- Meldorf
- Seevetal
- Stadland
- Heidenheim

Online Umfrage kostenlos – [www.survio.com](http://www.survio.com)

## 6. Höchster allgemeinbildender Schulabschluss

Einzelwahl, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x

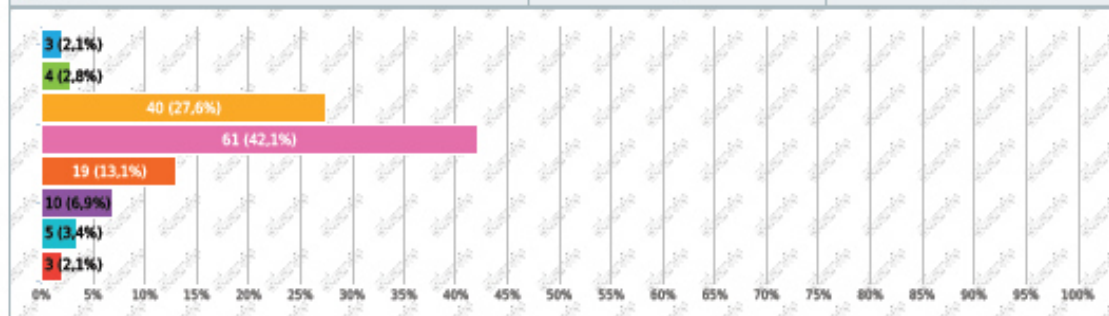


- (2x) Bachelor
- Hochschulabschluss
- Bachelor of Arts
- Bachelor of Economics
- Diplom-Ingenieur
- Bachelor of Arts BWL

## 7. Berufliche Situation

Einzelwahl, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x

Antwort	Antworten	Verhältnis
• Schüler/in	3	2.07%
• Auszubildende/r	4	2.76%
• Student/in	40	27.59%
• Arbeitnehmer	61	42.07%
• Selbstständig	19	13.10%
• Beamte/r	10	6.90%
• Arbeitslos	5	3.45%
• Andere:	3	2.07%

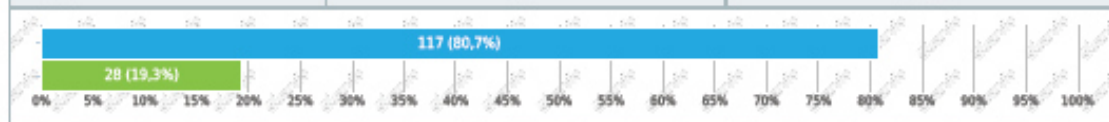


- Elternzeit
- Hausfrau
- Ingenieur

## 8. Würden Sie sich selbst als "fußballbegeistert" bezeichnen?

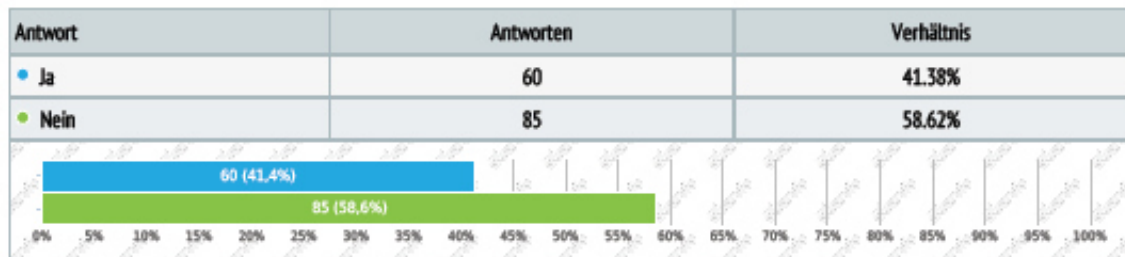
Einzelwahl, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x

Antwort	Antworten	Verhältnis
• Ja	117	80.69%
• Nein	28	19.31%



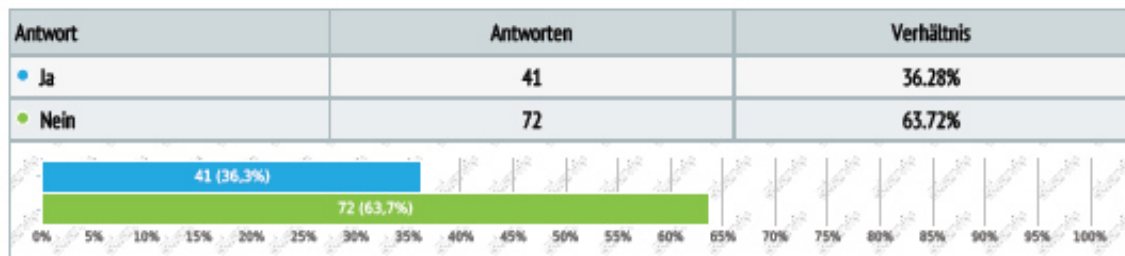
## 9. Spielen Sie selbst Fußball?

Einzelwahl, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x



## 10. Spielen Sie in einem Verein?

Einzelwahl, geantwortet 113x, unbeantwortet 32x



## 11. Warum interessieren Sie sich für Fußball?

Text Frage, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x

- Manche Spiele sind interessant anzuschauen
- Identifikation mit einer Mannschaft, gemeinsam siegen und verlieren, "wir"-Gefühl
- Weltsport, abwechslungsreich und einfach faszinierend, tophema zum quatschen
- Nur um mitreden zu können
- Team Atmosphäre
- Mein Interesse liegt im Sport allgemein - man weiß nie was passiert.
- Weil es seit meiner Kindheit meine Lieblingssportart ist.
- Generelle Affinität zu Sport. Fußball hat natürlich durch seine ständige Präsenz einen besonderen Stellenwert
- Wegen dem hohen Unterhaltungswert.
- Flucht aus dem Alltag
- Von Papa in die Wiege gelegt bekommen und seit dem nicht mehr von der Leidenschaft weg gekommen. Die Atmosphäre im Stadion und den Ehrgeiz im eigenen Verein.
- spannender Mannschaftssport





- schon immer interessiert für
- Mannschaftssport, sport im freien, tolle Stimmung
- Weil das der Beste Sport ist
- Weil er so schön irrational ist
- Spannung, Zusammenhalt des Teams, Vereinsleben
- Familientradition, Mannschaftssport und einfach liebste Sportart die mir am meisten Spaß macht
- spiele es selbst seit der Kindheit, Volkssport Nummer 1, spannend anzuschauen
- Macht Spaß, löst gemeinschaftliche Freude und leiden aus...Freude ist besser wenn man sie teilen kann, Leid erträglicher wenn man es teilen kann
- wegen dem Spiel!
- Es ist mein Arbeitgeber, da wird man früher oder später infiziert.
- Mannschaftssport - gemeinschaftsgefühl Gut zum Auspowern Technisch anspruchsvoll - man kann immer wieder etwas neues lernen Spaß
- Weil alle zusammen kommen
- Weil es ein großartiger Mannschaftssport und zu de beliebtesten Sportarten der Welt zählt.
- Faszinierender Sport, abwechslungsreich, emotional
- Familie & Freunde
- Schönste Nebensache der Welt!
- (2x) Es ist spannend.
- Durch das soziale Umfeld geprägt und grosses Interesse an Mannschaftssport
- Wegen der Leidenschaft und dem Teamgeist
- Leidenschaft, gesellschaftliches Event, Stimmung, Trinken und gucken mit Freunden
- Wegen des starken Gemeinschaftsgefühls
- Teamgeist, Spaß, Unterhaltung
- Fußball ist ein Teamsport. Ich spiele seit meiner Kindheit und es bereitet mir Spaß.
- Bester Sport ;-)
- Kein Interesse an Fußball vorhanden.
- Weil es eine schöne Verbindung aus Zusammenhalt, Kampf, Ehrgeiz und Emotionen ist.
- Habe selber mal gespielt und ist ein toller Sport ;)
- Teamsport, anspruchsvolle Spielabläufe, Laune
- tu ich nicht
- gute Stimmung im Stadion, viele Freunde haben Dauerkarten
- Ich bin mit Fußball aufgewachsen. Meine Mutter besitzt seit ca 1992 eine Dauerkarte vom Fc St Pauli. Mein älterer Bruder sowie meine älteren Cousins haben ebenfalls Fußball gespielt. Ich habe mit 6 Jahren begonnen in einem Verein zu spielen.
- mitreißende Sportart
- Weil Sport einfach Spaß macht und Fußball der perfekte Mix dafür ist mit Freunden Sport zu treiben
- Weil ich mich für das interessiere, was meine Kinder machen
- Spannender Sport
- Teamsport, faszination ball ;-)
- Bin damit aufgewachsen. In meiner Familie sind alle Fußballfans.
- Weil ich gerne Fußball im Fernsehen schaue





- Weil es eine der schönsten Nebensachen der Welt ist.
- Aus keinem besondern Grund, schaue gern mal ein Spiel im Fernsehen. Mehr aber auch nicht
- Weltmeisterschaften, EM
- Spannung während des Spiels (Mitfiebern); Gemeinschaft beim gucken/ im Stadion
- Gemeinschaftsgefühl, Verbundenheit
- Spannend
- Schon immer Fußballfan des Fc Bayern und selbst im Verein gespielt
- Faszination eines kampfbetonten Spiels mit vielen Emotionen
- Emotionen, Leidenschaft und Spannung
- Es ist ein toller Sport !
- Begeistert, Emotionales Umfeld, Spannung, Taktik, Stimmung
- Ich lebe Fußball
- Toller Sport der viele verschiedene Menschen Verbindet Emotional Teamgeist
- Spaß
- Mannschaftsleistung
- Weil ich selber Fußball spiele und ich beim Fußball einfach abschalten kann.
- Komische Frage, schwer zu sagen.
- Weil keine andere Sportart mich mehr fesselt und keine andere Sportart vereint mehr Menschen verschiedener Kulturen
- Fan von Eintracht Frankfurt Haß und Liebe Mann weiß nie wie es ausgeht
- tue ich nicht
- Des Sports wegen.
- Gruppendynamik, mitfiebern
- Männersport
- Spaß am Sport
- Weil es faszinierend ist. Das Zusammenspiel von Taktieren und Körperlichen Leistung.
- Leidenschaft, Emotion und Spannung
- Man ist damit aufgewachsen und es ist Teil des Lebens geworden.
- Ich bevorzuge Länderspiele und mag das Zusammenspiel im Team
- Weil es nichts besseres gibt
- Die Begeisterung , die beim Fußball entsteht, ist einmalig.
- -
- Weil es ein schöner Sport ist und Spaß macht
- Mannschaftssport
- interessant zum Zugucken
- spannender Sport
- Ist durch mein persönliches Umfeld so gewachsen.
- Hobby
- nein
- Ich bin damit aufgewachsen und liebe den Sport.



- Weil es eine tolle Sportart ist und mir viel Freude bereitet. Es geht viel um Taktik, Spielverständnis und schnelles Umschalten. Zudem ist es ein Ausgleich zum Alltag
- Taktischer sport mit viel Power
- Interessanter Sport
- Wenn man im Stadion ist und man sieht ein gutes Spiel, was deine Mannschaft gewinnt. Bekomme ich immer wieder Gänsehaut.
- WM und EM interessieren mich, sonst gucke ich keinen Fussball.
- Es besteht keine sehr große Interesse
- Weil ich dort meine Emotionen ausleben kann
- schaue überwiegend Nationalmannschaft-spiele
- Da ich mich für Mannschaftssportarten interessiere....
- Weil es einer der schönsten Sportarten ist.
- Geilste Sportart
- Ich interessiere mich NICHT für Fußball
- Tue ich nicht, außer zu EM und WM
- Atmosphäre
- Großartiger Teamsport
- Weil es ein so komplexes Spiel ist, das immer andere Facetten zeigt.
- Man fühlt sich als Teil einer Gemeinschaft und unterstützt zusammen eine Mannschaft, die man mag!
- Nur zu WMs u EMs
- Begeistert die Massen, sportliche Teamaktivität, viele Emotionen
- Ich spiele selbst seit meinem 8 Lebensjahr Fußball. Fußball war schon immer ein Teil meines Lebens. Mein Vater hat mich schon im Kindergartenalter mit ans Millerrtor genommen. Wenn man es nicht fühlt, kann man es nicht verstehen.
- Weil man im team zusammen etwas erreichen kann. Weil ich als kind damit groß geworden bin. Jeden tag im sommer mit freunden gespielt bis es dunkel wurde.
- Weil Fussball ein interessanter Sport ist, ich es selbst Spiele und sich Freunde auch dafür interessieren. Dadurch gemeinsame Gesprächsthemen
- (2x) Kampf, Strategie, Technik, Spaß
- macht spaß
- Ich liebe Fußball. Schon immer ein großer Fan :-)
- Mitreißender Sport, beste Fankultur weltweit
- Fußball gibt mir Emotionen
- Nur bei Welt- oder Europameisterschaften.
- ich mag das Spiel an sich und besonders die Atmosphäre im Stadion
- mein Sport!
- Nur für FC St. Pauli
- Spannung und Gesellschaft
- Weil ich selbst gerne spiele. Die Sache an sich :)
- Stadionbesuche, Stimmung!
- Weil es Leidenschaft und Freude ist.
- liegt in den Hamburger Genen!



- Faszinierend und spannend
- Interessiere mich für verschiedene Sportarten
- wegen dem FC St. Pauli
- wegen St. Pauli
- Der Ball ist rund, das Bier ist kalt
- weil's geil ist!
- Gesellschaftszwang, um mitreden zu können.
- Weil es mit Freunden Spaß macht und zusammen bringt.
- (2x) Keine Angabe.
- (2x) Leidenschaft
- Bester Sport.
- Mannschaftssportart, vereint ein ganzen Land...in Teilen die ganze Welt.
- Weil ich als Kind mindestens 8 Jahre gespielt habe.
- Von Kind an vom Vater übernommen.
- Weil ich fussball spiele seitdem ich 5 Jahre alt bin.
- Feeling

## 12. Welcher ist Ihr Lieblings-Fußballverein?

Text Frage, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x

- (3x) St. Pauli
- (3x) HSV
- (6x) FC Bayern München
- Ich habe keinen
- (2x) Bayern
- (24x) Eintracht Frankfurt
- 1. FC Köln
- SG Eintracht Frankfurt
- Juventus Turin
- SG Eintracht Frankfurt und Erzgebirge Aue
- (5x) Fc Bayern München
- Bayern München, TSV Grossen Linden
- FC.St.Pauli (als Hamburger bin ich aber auch für den HSV)
- Eintracht
- Hamburger Sportverein
- FCB
- st pauli
- (4x) BVB
- (8x) Borussia Dortmund





- Sankt Pauley
- Fortuna Düsseldorf
- FC. St. Pauli
- Deutsche Nationalmannschaft ;)
- Werder Bremen
- (15x) FC St. Pauli
- N/A
- (2x) Mainz 05
- Fc St Pauli
- Arsenal
- (2x) Bayern München
- Fc Bayern
- Kein spezieller.
- F.C Barcelona
- FC St Pauli
- Eintracht Braunschweig
- VfB Stuttgart
- Schalke 04
- (2x) 1. FSV Mainz 05
- Fc bayern
- Galatasaray Istanbul
- Karlsruher SC
- SV Waldhof Mannheim
- dortmund
- FC Schalke 04, TSG Leihgestern
- (3x) Fc St.Pauli
- FC St Pauli Waldhof Mannheim
- St .Pauli
- FC St. Pauli von 1910 e.V.
- Dortmund
- Hamburger SV
- Hertha BSC
- Ich habe keinen.
- (2x) SV Werder Bremen
- FC Schalke 04 und FC St. Pauli
- (2x) Keiner
- (2x) Deutschland
- VfB Stuttgart
- Deutsche Nationalmannschaft
- FC Bayern

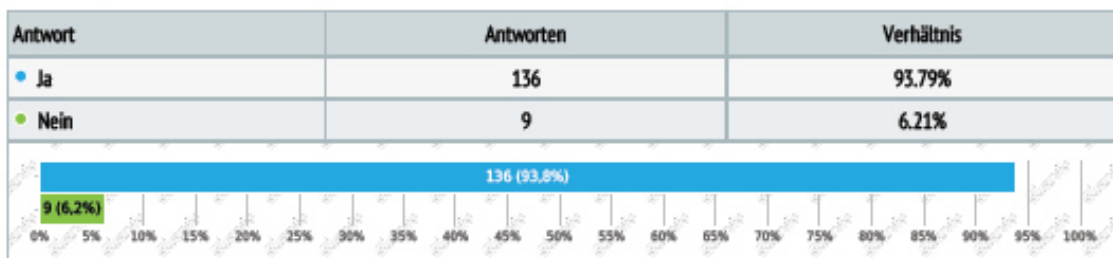




- Fc St. Pauli
- Hamburger Sprot Verein
- FC St. Pauli!!!!
- FC Barcelona
- AS Rom
- FC St.Pauli
- FC St. Pauli und Werder Bremen
- SC Freiburg
- HSV/FCB
- (2x) St.Pauli
- (2x) FC Köln
- Keine Angabe.
- Pauli, Werder Bremen
- Werder Bremen.
- FC Heidenheim

### 13. Waren Sie schon mal bei einem Fußballspiel im Stadion?

Einzelwahl, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x



### 14. Aus welchem Grund waren Sie im Stadion?

Text Frage, geantwortet 135x, unbeantwortet 10x

- Um das Feeling im Stadion mitzubekommen!
- Atmosphäre genießen, Mannschaft unterstützen
- Weil ich Fußballfan bin
- Geschenk vom Patenonkel
- Stimmung
- Spiel, Spaß und Spannung
- 1. Um meine Mannschaft zu unterstützen. 2. Um die Atmosphäre zu genießen
- Um Zeit mit Freunden zu verbringen und die Eintracht live zu sehen.
- Wegen dem hohen Unterhaltungswert!





- Interesse am Sport
- Stimmung erleben, das Team Live sehen.
- um gemeinsam Fußball zu schauen
- Atmosphäre Live erleben
- Tolle Stimmung, Unterstützung des Lieblings Vereins
- Um mir ein Spiel anzuschauen
- Um die Stimmung zu erleben, Emotionen auszuleben und am Gemeinschaftsgefühl teilhaben zu können
- (2x) Atmosphäre
- Interesse, Begeisterung, Stimmung, Spannung
- Atmosphäre und das Spiel selbst
- Freizeitspaß mit freunden
- Ein Spiel im Stadion erleben
- 1. Privat mit Freunden um den Sport zu sehen. 2. Beruflich
- Flair
- Weil es Spaß macht und die Mannschaft abgefeuert werden muss
- Um das Spiel anzusehen und meinen Verein zu unterstützen
- Spaß, eigenes Team unterstützen, Atmosphäre genießen
- Begeisterung für den Club
- Erstes mal vom besten Freund mitgenommen worden. Ins Millerntor. Und süchtig geworden!
- Um meinen Freund zu begleiten und weil die Stimmung super ist.
- um das Spiel zusehen
- Wegen der Atmosphäre und natürlich selber meinem Lieblingsverein zu Supporten
- Habe eine Karte von meinem Arbeitgeber bekommen
- Von Freunden eingeladen worden
- Stimmung, Freunde, Spaß, Fangeist
- Ich wollte Profifußball unbedingt einmal live miterleben. Außerdem ist die Atmosphäre zuhause vor dem Fernseher nicht mit der im Stadion zu vergleichen.
- Live ist immer am Besten
- Ich habe es verschenkt.
- Nähe zu seinem Verein verspüren, mitfiebern, Stimmung.
- Wollte meine Lieblingsmannschaft & DFB spielen sehen.
- Fußballspiel gucken, mit Freunden treffen, früher auch zum Arbeiten
- Feeling
- Freunde haben mich mitgenommen
- Um das Spiel zu sehen und die Mannschaft zu unterstützen
- Unterstützung für die Mannschaft
- Weil ich mein Kind begleitete
- Um meine Mannschaft Fußballspielen zu sehen
- Fußball gucken, bier trinken
- Weil es ein ganz anderes Gefühl ist, als zu Hause im Fernsehen zu gucken. Außerdem will man doch "seine Mannschaft" auch mal anfeuern.





- Um die Atmosphäre zu spüren
- Weil Emotionen nicht im Fernseher übertragen werden können!
- Karten geschenkt bekommen
- Wegen der Atmosphäre/ der Mannschaft
- Weil ich den Verein verbunden bin!
- Um Fußball zu schauen, Mannschaft anzufeuern
- Um meinen Verein anzufeuern und Fußballspiele live zu erleben
- Das Erlebnis genießen
- Stadionatmosphäre, die Mannschaft zu unterstützen
- Um ein Spiel live zu erleben
- um meinen Verein zu sehen
- (3x) Fan
- Eigene Mannschaft sehen und fußballerisches Interesse
- Alte Herren Länderspiel Deutschland - Italien
- Um mein Verein zu unterstützen, ein gutes Spiel mit Freunden zu sehen und mit ihnen gemeinsam einen Fußballtag zu verbringen.
- Atmosphäre, bessere Sicht als vom Fernseher, Meinungsaustausch mit anderen Fans
- Dauerkarten Besitzer und die einzigartige Stimmung im Stadion
- (2x) Neugier
- ein Cousin nahm mich als kind mit
- (2x) Wegen der Stimmung
- Treue
- Erlebnis mit Freunden, Interesse am Sport, Atmosphäre
- Weil es einfach Geil ist die Mannschaft im Stadion zu Sieg zu Schreien.
- Um meine Mannschafts anzufeuern, die Atmosphäre zu erleben und Dampf abzulassen vom Alltag
- Um meine Mannschaft zu unterstützen
- Um die Atmosphäre direkt zu erleben.
- Um das Spiel zu sehen...
- Weil ich ein gutes Spiel live sehen wollte. Die Atmosphäre im Stadion ist eine andere als im Fernsehen
- Spiele Live erleben
- Mannschaft anfeuern, das Spiel sehen Freunde treffen
- Fußball gucken, Bekannte treffen
- Atmosphäre, nah dran sein, gemeinsame Aktivität mit Freundeskreis,
- zum Spielen oder zu gucken
- Ich lebe für meinen Verein und möchte ihn, wann immer ich kann, unterstützen.
- Ich wurde eingeladen
- Erstaunlicherweise zum Fußball gucken
- Um meine Mannschaft zu supporten und spielen(siegen) zu sehen. Außerdem trifft man ne Menge bekannte Leute, trinkt einen und hat einen guten Tag.
- Karten zu Weihnachten geschenkt bekommen
- Um meine Mannschaft zu unterstützen und eine Ablenkung vom Alltag zu erfahren



- Gemeinschaftserlebnis
- Aus Interesse am Spiel und der Mannschaft...
- Um die Stimmung mitzuerleben und die Mannschaft anzufeuern.
- Ich liebe es hautnah dabei zu sein
- ---
- Atmosphäre, Mannschaft
- Freunde, Support, Feiern
- Hat sich so ergeben. Freikarten
- Ich wollte das Gefühl und die Atmosphäre im Stadion mal live miterleben!
- Mit meinem damaligen Freund u seiner Familie
- Nordderby
- Mein Vater nahm mich mit ins Stadion.
- Um die Atmosphäre zu genießen und meinem Team zuzujubeln.
- Das Spiel sehen.
- (2x) Dabei sein, emotionen, feeling,
- um live ein spiel zu schauen
- St. Pauli Dauerkarte
- Packende Stimmung, aktiver Support
- Live ist besser als auf SKY
- wegen der Atmosphäre
- Entspannung und Spaß
- Verein erleben
- Spannung und Gesellschaft
- Selbst gespielt / Spiel geschaut
- Liebe zum FC
- Ich bin Fan
- Spaß und Freunde
- Fußball
- pure Freude
- SC Freiburg, Fun, Freunde
- Es war WM.
- Um das Spiel zu sehen.
- Begeisterung, Stimmung, Atmosphäre
- (2x) Fußball gucken
- Live Spiele sehen.
- (2x) Keine Angabe.
- Atmosphäre, Unterstützung des Vereins.
- Um das Spiel zu genießen und die Stimmung live zu erleben.
- Weil ich Fussball geil finde und wegen der Atmosphäre
- -





## 15. Wie war dieses Erlebnis für Sie?

Text Frage, geantwortet 135x, unbeantwortet 10x

- Grandios!!!
- Immer wieder toll!
- Sehr gut
- Ganz nett
- (2x) Atemberaubend
- Saaahne
- Es hat großen Spaß gemacht.
- Großartig, Niederlagen sind allerdings noch schmerzhafter als in der Sportschau
- Sehr gut!
- Gut! Ein unbeschreibliches Gefühl, Teil von 50.000 Leuten zu sein, die die eigene Mannschaft anfeuern.
- aufregend, schön
- positiv
- ein tolles Erlebnis mit Freunden
- (6x) Super
- Da es sehr viele waren, kann ich nur sagen, immer wieder gut!
- Top
- Als kleiner Junge sehr aufregend und etwas ganz besonderes - heute aber immer noch/wieder ein tolles Erlebnis!
- Super gut !
- Bestens
- (2x) Begeistert
- Toll! Ich mag es wenn so viele Menschen aus dem selben Grund an einem Ort sind und zusammen feiern
- Super. Man wird von der Stimmung mitgerissen und erlebt das Spiel viel intensiver als vor dem Fernseher
- (2x) super
- Es war ein super Gefühl, zusammen mit den Fans den Verein anzufeuern und mit zu jubeln.
- Je nach Spielausgang, aber immer aufregend und emotional
- Aufregend, schön,
- Erstes Mal live bei einem Spiel dabei. Und dann direkt Gegengerade Singingarea neben den Ultras. 15 min mit offenem Mund gestaunt, dann angefangen mit zu singen.... rest ist Geschichte und Liebe!
- Das Spiel spannend, die Atmosphäre super. Hab mich wohlfühlt und mitgefeiert.
- sensationell, geile Stimmung einzigartig
- (2x) Unbeschreiblich
- genial! Wollte schon immer mal ins Stadion und hatte viel Spaß und nette Leute kennengelernt. Manuel Neuer & Co. live zu sehen ist auch mal nett.
- Beeindruckend
- Unvergesslich
- Beim Sieg super, bei einer Niederlage nicht sooo schön...





- Kalt
- Begeistert und berauschend
- Die meisten Spiele wurden gewonnen, daher ein tolles Erlebnis.
- Lustig, spannend, man ist Teil einer riesigen Gruppe von Fans, abschalten vom Alltag ist perfekt
- neu und aufregend
- Super Stimmung, vom Spiel sieht man weniger als im TV
- Wunderbar
- spannend
- toll und sehr spannend
- Aufregend und lustig
- Super geil
- Es ist immer wieder schön dort.
- Aufregend, neu, mitreißend
- Sehr schön!
- Toll und eindrucksvoll.
- Erwartungen wurden stets erfüllt
- Überraschend!
- Episch ;)
- Jedes Mal wieder ein Erlebnis...Gänsehaut-Feeling
- Immer wieder ein Fest mit nachhaltiger Wirkung
- abhängig vom Ergebnis ;), größtenteils aber überragend!
- Phantastisch.
- Sehr schön ! Wir haben gewonnen
- Wahnsinn. Jedes mal wieder.
- Unfassbar beeindruckend
- Immer wieder toll aufs neue
- (2x) gut
- Spannend
- Phänomenal
- Kam auf das Endergebnis an.
- Immer wieder Gänsehaut Feeling
- Sehr aufregend interessant spannend
- befremdend
- Immer wieder grandios
- (5x) Gut
- Meistens schön
- Geil! Aber auch sehr Traurig Kommt darauf an ob der Verein gewonnen oder verloren hat. Und wie man gewonnen oder verloren hat.
- Viele Gute, aber auch viele schlechte
- Noch aufregender, als ein Spiel vor dem Fernseher zu verfolgen.
- welches Ergebnis? Vom Spiel?



Faszination FC St. Pauli

- Mitreißend
- mal so mal so
- meist sehr schön
- :-)
- Atemberaubend. Habe solch eine Stimmung noch nie erlebt. Gänsehaut pur.
- Es war eine tolle Atmosphäre und ein schönes Erlebnis
- Toll, faszinierenden
- Es war okay
- Jedes der 75 Spiele war auf seine Art und Weise ein besonderes Erlebnis
- angenehm
- schon schön...obwohl ich kein Stadiongänger bin.
- immer wieder gerne.
- Megageil
- ----
- Unglaublich toll
- Ganz anders als vor dem Fernseher. Viel emotionaler und "echter".
- überwältigend
- hat Spaß gemacht
- Beeindruckend!
- Tolle Atmosphäre und Stimmung. Live dabei sein ist einfach ein unterschied wie tag und Nacht.
- (2x) Geil
- immer wieder schön
- familiär
- Es macht jedes Mal Spaß
- sehr geil !!!!
- Einfach ein schönes Erlebnis
- Geil!
- Teils, teils
- großartig
- wie immer geil!
- meistens großartig
- geil
- Toll
- immer wieder super
- sehr schön
- Ganz cool.
- Super geil.
- tolles Gefühl (beim Tor), emotional
- (2x) Ja

Online Umfrage kostenlos – [www.survio.com](http://www.survio.com)

22



- Der Hammer.
- (2x) Keine Angabe.
- positive Stimmung (Energie)
- Sehr geil.
- -

## 16. Welche Bedeutung hat ein Stadionbesuch für Sie?

Text Frage, geantwortet 125x, unbeantwortet 20x

- Jede Menge Spaß
- Großer freizeitspaß
- Atmosphäre aufsaugen
- Keine
- Gemeinschaft
- Es ist immer ein besonderer Tag.
- Er hat jedes mal Eventcharakter
- Es macht viel Spaß mit einer Gruppe von Leuten einem schönen Tag gemischt mit Spannung zu erleben. Außerdem trifft man viele Menschen die man noch nie gesehen hat ( und vielleicht nie wieder sieht) und sich auf Anhieb versteht weil man wegen einer gemeinsamen Sache da ist.
- Zeit verbindend mit Freunden und gemeinsam eine Mannschaft unterstützen; große Bedeutung
- Bis letztes Jahr eine sehr große, nun ist es beruflich nicht mehr möglich. Vorher war es ein riesen Spaß mit seinen Kumpels Woche für Woche ins Stadion zu fahren und da ging sehr wenig drüber Samstags.
- tolles Erlebnis
- kein zwingender Muss
- Es ist emotional und aufregend
- Liveerlebnis
- Eine Hohe, trotzdem unregelmäßige
- ich war mal im Stadion
- Ich liebe es einfach ein gutes Spiel mit viel Emotionen, Kampf und technischer/taktischer Raffinesse zu sehen
- lustiger Nachmittag :-)
- Spaß, schönes Spiel sehen, Gegner anpöbeln
- Im Stadion ist fußball ein ganz anderes Erlebnis
- Mittlerweile Arbeit und mit Kollegen das Spiel schauen
- k.A
- ist nicht lebenswichtig aber mal einen Ausflug wert
- (2x) -
- Freunde treffen, mitfiebern, Gemeinschaftserlebnis
- Gemeinsam mit Family & Friends Zeit verbringen/ Interessen teilen
- Wer Montag nicht heiser ist, war nicht im Stadion! Ausserdem treffe ich dort viele liebe Freunde aus Hamburg und Umgebung.
- Unterhaltung.
- Von der Atmosphäre mitreißen lassen und das Spiel live zu genießen





- Eine große, weil ich hier den Alltagsstress vergessen kann
- Gemeinschaft, hinter einer Mannschaft stehen, Emotionen
- Ab und an muss es mal sein, um die Fankultur zu erleben
- Keine sonderlich Große.
- Ich tue meinem Freund einen Gefallen.
- So oft es geht und die Zeit zulässt gehe ich.
- Man verbringt einen Tag mit Freunden, hat Spaß und darf seiner Lieblingsmannschaft zuschauen. Daher ist es immer wieder schön wenn man die Möglichkeit dazu bekommt.
- Ist ein besonderer Ausflug
- keine besondere
- Freunde treffen
- Es ist schön dort zu sein und die Atmosphäre zu spüren. Die Fans beim St Pauli sind einzigartig. Ebenso schön ist es das Spiel verfolgen zu können.
- Zeigen, dass man wirkliches Interesse hat, Unterstützung der Mannschaft
- keinen weiteren
- Es ist etwas besonderes da ich nicht regelmäßig da sein kein
- Gänsehaut
- Seiner Mannschaft beizustehen und sie anzufeuern und um einen herum ganz viele Leute die das gleiche machen.
- Es ist ein sehr außergewöhnliches Erlebnis
- Keinen besonderen.
- Freizeitbeschäftigung
- Einmaliges Gefühl und die Reise aus Deutschland nach Barcelona ist sehr aufwendig daher ist die Bedeutung für mich sehr wertvoll
- Schöne Freizeitbeschäftigung
- Spaß, Spannung, Hobby
- Ein wichtiger Ausgleich zum Berufsstress, Freunde und Gleichgesinnte treffen.
- Ich gehe so oft ins Stadion wie möglich, Heim sowie Auswärts! Daher eine große.. fühlt sich einfach gut an!
- Die Stimmung im Stadion ist ein tolles Erlebnis
- Ein Fußballspiel live zu sehen
- Näher dran. Stimmung aufsaugen.
- Einen Sport für den man sich mehr als begeistert auf höchstem Niveau zu sehen und am besten noch von seinem Lieblingsverein hat einen unglaublichen Stellenwert in meinem Leben
- Große bedeutung
- spass
- Nicht bedeutungsvoll
- Hat nicht wirklich eine Bedeutung. Wenn ich denke, dass ein Spiel interessant werden könnte und die Tickets halbwegs günstig sind, dann greif ich zu.
- Keine große.
- Man(n) unterstützt seine Mannschaft und seinen Verein
- Auf einer Skala 1-10 7😊
- (2x) keine





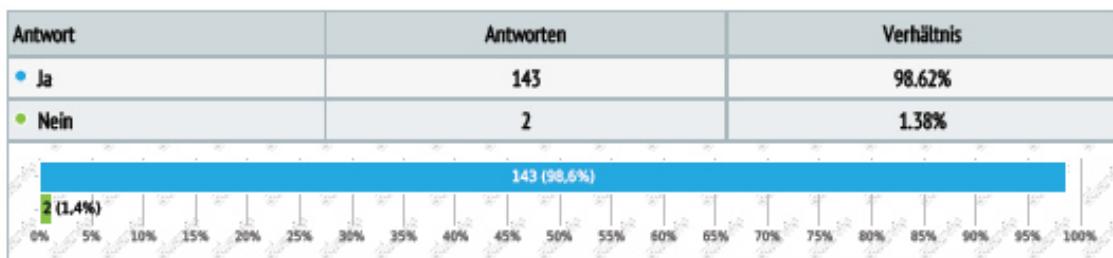
- mein Team zu supporten
- Einen netten, etwas anderen Tag erleben, feiern
- Traditionell
- Hohe Emotionalität, viel bedeutung
- Ein Stadionbesuch im Jahr ist für mich Pflicht. Aber es kommt auch darauf an gegen welchen anderen Verein man spielt und was es für ein Spiel ist. Nationalmannschaft, Bundesliga, DFB Pokal, Euro League, Champions League oder nur ein Freundschaftsspiel
- Eine große! Ist mein zweites Wohnzimmer und meine Leidenschaft
- (2x) Hobby
- Die Stimmung begeistert mich.
- Netter Ausflug
- Guten Fussball live mit Freunden schauen.
- recht große Bedeutung.
- Top Priority! bin bei jedem Heimspiel
- Spaß
- Emotionen pur. Im Stadion, beziehungsweise in der Kurve, bin ich ein anderer Mensch.
- Spaß, Unterhaltung und auch neues lernen.
- Einen hohen Stellenwert, da es eine teure Angelegenheit ist
- Mittlerweile nichts besonderes mehr. Aber immer wieder gut.
- Keine!
- Er bedeutet Freiheit und Emotionen
- Unterhaltung
- keine grosse Bedeutung.
- Es ist etwas Besonderes.
- Berauschend
- Abwechslung, gute Stimmung
- Keine Besondere. Sport live anzugucken macht immer SPass
- Support der Mannschaft
- keine besondere, aber die Atmosphäre war grandios
- Freizeitaktivität mit Freunden
- Es ist der Ausgleich zum stressigen Alltag.
- Etwas besonderes. Macht man nicht jeden monat.
- Das Spiel und die Atmosphäre erleben.
- spaß, bier, stadionwurst
- Tolle Leute, gute Stimmung und FUßBALL
- aktive Unterstützung des Teams, familienartige Bindung in der Fanszene
- Ich hab das Gefühl, ich mache bei dem Spiel "aktiv" mit und ich helfe den Spielern "konkret".
- schönes Hobby, gemeinsame Unternehmung mit Freunden
- Freundschaften pflegen
- Treffen von Freunden, Event
- Sehr große Bedeutung



- Spaß und Freunde treffen
- eine große Bedeutung
- Freunde treffen, Mannschaft supporten, Leidenschaft ausleben
- große Bedeutung
- Gehört zum Leben
- Freunde treffen, gemeinsames Hobby
- Hobby, Reise
- Besonderes Erlebnis.
- Es ist einmalig.
- (4x) Keine Angabe.
- (2x) Toller Tag
- Kontakt zur Fankultur.
- nette Unterhaltung/mit Freunden Freizeit genießen
- Kein bestimmten

## 17. Kennen Sie den FC St. Pauli?

Einzelwahl, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x



## 18. Was fällt Ihnen als Erstes ein, wenn Sie "FC St. Pauli" hören?

Text Frage, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x

- Hamburg ist die geilste Stadt der Welt
- (2x) Gemeinschaft
- (4x) Reeperbahn
- (2x) Hells Bells
- Hamburg Kiez
- (7x) Totenkopf
- (8x) Millerntor
- Zweite Liga
- Fußball
- Geile Stimmung im Stadion





- Das Millerntor
- (2x) Hamburger Traditionsverein
- kleiner Bruderverein vom "grossen" HSV
- 2 Liga
- Kiez kicker
- Totenkopf, stark linksorientierte Ultras
- AC DC
- Der etwas andere Club
- hasst den HSV
- 2.liga
- totenkopf
- Verein aus der 2. bundesliga in Hamburg
- Fußballclub
- Das Logo mit dem totenkopf
- Nationalsozialisten, Hooligans, Farbe braun
- Forza!
- Punker
- einzigartiger Kultclub
- Totenkopf, Millerntor, "Pokalsieger Besieger"
- (9x) Hamburg
- Underdog
- Heimat
- (2x) Gänsehaut
- Millerntor Stadion und Totenkopffahne
- Fans, Linke Szene, Totenkopf, merchandising, Astra, Viva con Aqua,
- braunes T-Shirt
- Piraten der Liga
- Ich liebe dich, ich träum von dir... Super Fans, erster Fußball Club der in der Stadionverordnung das Verbot rassistischer, faschistischer und sexistischer Äußerungen aufgenommen hat.
- Elton
- Totenkopfpullover
- Super Stimmung im stadion
- Hamburg, bekannter Club, jedoch nie erfolgreich (solange ich denken kann)
- das Millerntor-stadium, finanziell benachteiligter Verein
- Braun weiß. Alternative Linke mit Lederjacken und Conny Littmann.
- (2x) Kiezclub
- Kämpfer
- Positiv verrückte Fans, gute Stimmung im Stadion und Welpokalsieger-Besieger
- Kultclub, Millerntor, Tolle Fans, 2. Liga
- Anders!



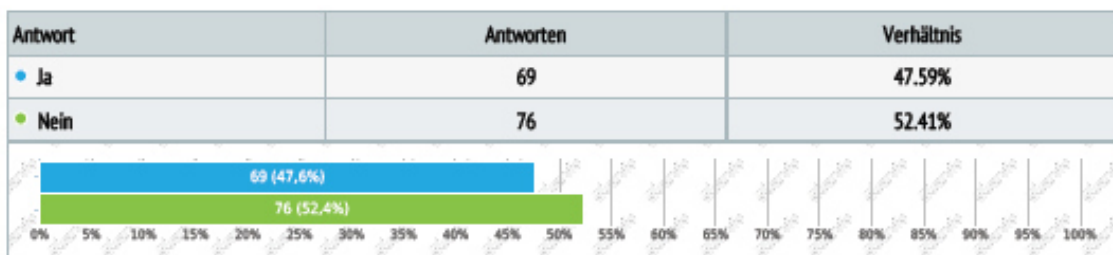


- Der etwas andere Verein
- kiez-Club Ein geiler Verein mit viel Kultur
- Kiez. Tradition. Anti HSV
- Millerntor und Tradition
- Traditionsverein
- Antifa
- (2x) Hooligans
- Hells Bells - ACDC
- Wollen gerne anders sein, sind es aber nicht.
- Beaune Trikots Piraten
- linksradikale
- Coole linke Fans
- Hamburg, Hooligans, Totenkopf
- Reperbahn
- Das Lied von Thees Uhlmann beschreibt es...
- Linke Zeckenzüchter, Welpokalsiegebesieger, Kiezclub, Punks der Bundesliga, 2.Liga, Hells Bells.
- Hamburg, Astra Bier gute Stimmung
- Der "andere" Verein
- Hells Bells am Millerntor
- Abstiegsangst
- "Der etwas andere Fußballverein" -> "St. Pauli ist die einzige Möglichkeit"
- Politischer Verein. Kein Nazis.
- Fussball
- Welpokalsiegerbesieger
- Astra
- Geile Fankultur - Kult
- Hamburg, Totenkopf
- 2. Liga
- Leidenschaft , Underdog , Reeperbahn
- Krawalle
- Saufen, Kiffen, Nuten, Stimmung...
- Fester kultureller Bestandteil der Lebenswelt der meisten Leute, die ich kenne.
- Der beste Hamburger Verein
- Wer es nicht fühlt, kann es nicht verstehen!
- Kiezkicker. Totale Autorität zur Stadt.
- Alternativ. Gute Stimmung. Sympathisch.
- (2x) Punkrock
- zweitklassig... uninteressant
- Astra, Reeperbahn
- Ehrlichkeit! Punkrock!

- Ein Totenschädel
- Fussbalverein
- you never walk alone
- Fußball, Stimmung, Rock 'n Roll
- Walk on!
- Der Totenkopf
- St. Pauli, was sonst?
- Herzensangelegenheit
- unendliches Leiden!
- Die einzige Möglichkeit
- Thees Uhlmann
- you'll never walk alone
- Spaß
- Braun-Weiß
- Gute Stimmung/Hamburg
- Totenkopf und ACDC
- Kult.
- (2x) Spaß.
- ACDC
- Punks, Alternativ, "Links", Totenschädel, Ironie
- Fußballverein
- Stani/Kiez
- HSV als Feind.
- Tradition

## 19. Waren Sie schon mal bei einem Spiel des FC St. Pauli?

Einzelwahl, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x



## 20. Wann waren Sie zum 1. Mal im Stadion bei einem FC St. Pauli Spiel?

Text Frage, geantwortet 86x, unbeantwortet 59x



- Juli 2014
- (2x) 2012
- (3x) Nie
- (2x) Nein
- #Nie
- (2x) 2007
- (3x) -
- nein
- Anfang der 90er
- 2002 in der zweiten Liga
- 2005
- Als ich ca. 6 Jahre war
- vor 2 Jahren
- Vor etwa 18 Jahren.
- das ist zu lange her... geschätz vor 30 Jahren...
- 1994, glaube ich...
- Vor 2-3 Jahren
- (2x) nie
- 2004
- Mit 6 Jahren in etwa
- schwierig zu sagen, ca. 2010 bei einem Auswärtsspiel in Frankfurt
- 2011
- St. Pauli gegen Hansa Rostock
- ca. 2010
- Weiss ich nicht mehr
- oh je...vor 20 Jahren...
- puh, müsste im Jahr 2008 gewesen sein, in einem relativ unbedeuteten Spiel! Gerade dessen umso beeindruckender wie die Stimmung dort im Stadion ist.
- (2x) Noch nie
- Vorletzte Woche gegen den KSC.
- 1997
- 6.mai
- 2014
- Keine Ahnung, ist schon länger her
- (2x) 1996
- Wird nie passieren
- (3x) 2009
- ca. 2000
- ca. 1996
- 2010 in München





- Keine Ahnung, war ein Eintracht Frankfurt Auswärtsspiel. Als Frankfurt+Pauli das letzte mal in einer Liga spielten. Glaube 2009-2010
- 2006 WM Vorbereitungsspiel FC St. Pauli vs Trinidad & Tobago
- ---
- Vor ca. 4 Jahren
- 8. November 2014 gegen Heidenheim
- Nie, es war ein Auswärtsspiel in Elmshorn.
- Mit ca. 4 oder 5 Jahren
- Vor ca. 5 Jahren
- (2x) 1988
- länger her
- 1986
- 4. August 2007 FC St. Pauli - Bayer 04 Leverkusen (DFB-Pokal)
- Dezember 2009
- 2013
- 1992
- Etwa 2008
- kA
- vor ca. 20 Jahren
- 1983
- vor 18 Jahren
- ca. 2008
- als Kind
- 1996 gegen Freiburg
- Vor 2 Jahren.
- Ja.
- Vor 5 Jahren.
- (2x) vor 5-6 Jahren
- (2x) Keine Angabe.
- ca. 2009
- Keine Angabe
- September 2013

## 21. Wie oft waren Sie schon im Stadion? (einmal, mehrmals, regelmäßig, nur zu Heimspielen,...)

Text Frage, geantwortet 94x, unbeantwortet 51x

- Bei St. Pauli nur einmal zum Heimspiel. Ansonsten 2 x bei Hsv Heimspielen
- Eigentlich zu allen Heimspielen





- (11x) Mehrmals
- (3x) Einmal
- Zweimal, nur auswärts
- regelmäßig zu Heimspielen
- (6x) mehrmals
- Mehrmals...nicht regelmäßig und nur zu Heimspielen
- -
- Einmal am millerntor
- 10-15 mal
- Mehrmals, unregelmäßig aber jedes Jahr
- (4x) einmal
- win paar mal zu Heimspielen
- So oft ich es nach Hamburg zum Spiel schaffe.
- Frankfurt mehrmals
- 3 Mal
- 3
- 7x
- Je nachdem wenn eine Karte übrig ist. Aber insgesamt sicher mehr als 10-15 mal.
- in Hamburg selbst noch nicht
- Nur bei heimspielen und nicht regelmäßig
- Regelmässig. Wenn ich in Hamburg bin und sich die Gelegenheit ergibt, Bei den Spielen gegen Eintracht.
- drei mal
- nie
- (2x) 2 mal
- 1 mal
- Regelmäßig
- Zu oft
- Mehrmals. Sowohl Heim- als auch Auswärtsspiele
- Ca. 30 Spiele, überwiegend auswärts
- fast alle Heimspiele seit vielen Jahren
- (6x) regelmäßig
- Alle Heimspiele seit 2010
- 2010 in München
- Nie
- 1x
- Zu Heimspielen des FC St Pauli erst einmal
- 2-3x bei Heimspielen
- 1x
- ----



- Nie, es war ein Auswärtsspiel in Elmshorn
- Ich besitze seit 8 Jahren eine Dauerkarte für den FCSP. Im Alter von 15-18 bin ich mit dem Fanladen St. Pauli des öfteren auch zu Auswärtsspielen gefahren.
- Mehrmals nur zu Heimspielen
- Kein mal
- zwei mal
- regelmäßig - Dauerkarte
- Dauerkarte + ab und an auswärts
- 4-5 Mal im Jahr
- regelmäßig zu den Heimspielen
- Regelmäßig Heimspiele
- seit 20 Jahren
- Oft. Seit 1989 regelmäßig.
- 2000 mal
- ca. 150 Mal
- mehrmals, wenn ich an Karten komme
- 2mal
- 1 Mal
- (2x) 1 x
- 3 mal
- (3x) Keine Angabe.
- Keins

## 22. Besitzen Sie eine Dauerkarte für die FC St. Pauli Spiele?

Text Frage, geantwortet 98x, unbeantwortet 47x

- (47x) Nein
- Eine Saisonkarte
- (15x) nein
- -
- nee, keine Chance eine zu bekommen
- Leider nein.
- leider nein
- Leider nicht...
- Nein, leider nicht
- (9x) Ja
- Zum Glück nicht
- (4x) ja
- Saisonkarte.
- ....





- (2x) Ja.
- auf gar keinen fall
- Leider nicht
- Saisonkarte
- Ja!
- (2x) Nein.
- (4x) Keine Angabe.
- leider nicht

## 23. Wie würden Sie die Stimmung im Stadion beschreiben?

Text Frage, geantwortet 87x, unbeantwortet 58x

- Sehr geil und einfach total locker. Das beginnt schon wenn "hells bells" angestimmt wird. Gänsehaut pur!
- Fesselnd, mitreißend
- Kann ich nicht
- Keine Ahnung
- Laut und emotional
- Bei der Eintracht: Bombastisch :)
- Kann die Stimmung bei Heimspielen nicht bewerten. Auswärts war sie sehr gut.
- Was man im Fernsehen mitbekommt, super Stimmung
- mittlerweile ist die Stimmung in manchen Stadlen agreesiver
- In der Regel herrscht gute Stimmung. Ausgelassen und positiv. Nie aggressiv.
- (2x) -
- Die ersten 10min großes pauwow, dann kam von den heimfans garnichts mehr, bis zum späten Siegtreffer in der 85.min
- richtig geil
- mit einem allgemeinen Glücksgefühl
- je nach Gegner, Hexenkessel
- unbeschreiblich und einzigartig
- Unbeschreiblich!
- unvergesslich einzigartig ein Erlebnis
- Sehr gute Stimmung, egal in welcher Liga und egal auf welchen Tabellenplatz
- Weiß nicht...
- SUPER
- Sehr aufgewühlt, oft hitzig,
- kann ich nicht beurteilen
- Freundlich, engagiert
- Bombastisch, wunderbar, einzigartig
- geladen, euphorisch
- Sehr euphorisch... Immer die Mannschaft antreibend und ansteckend







- Euphorisch
- Überraschend da die Fans mit diesem Verein besonders verbunden sind
- Unbeschreiblich, Gänsehaut pur
- Engagiert, mitreissend.
- besonders, einzigartig.. sehr schwer den Unterschied zu anderen Fans/Stadien zu erklären.. das muss man selber erleben!
- Sehr gut und friedlich. Angenehm.
- Einzigartig und unvergleich
- keine ahnung
- Bestimmt awesome
- (2x) Gut
- Kein Ahnung.
- Fast so gut wie in Frankfurt
- Roar
- keine Ahnung
- Sehr gut. Sehr locker und friedlich
- Früher einmalig. Heute leider "Standard" wie in anderen Stadien auch
- meistens super, momentan sehr gedämpft
- meist sehr gut und kreativ
- gelöst. Fokus auf support. Grosse Familie.
- war nur in münchen
- toll....sehr begeisternd!
- Bestimmt gut
- ---
- angenehm. friedlich. keine typischen Fußball-Atzen. Nette Leute.
- Genial. Die Mannschaft wird auch unterstützt und angefeuert, wenn das Spiel nicht so gut für sie verläuft. Vor allem die Ultras machen fast durchgängig Stimmung - Fangesänge und Choreos..
- Einfach überraschend. Die Stimmung beim FCSP ist unvergleichlich, ich bekomme bei den Choreos auch schon mal Gänsehaut. Die Verbindung von den Fans und dem FCSP ist deutlich spürbar.
- Ob gewonnen oder verloren. Die fans stehen immer zum verein und machen party
- Aus dem Fernsehen und aus Erzählungen sehr gut.
- (2x) Atemberaubend
- wird in der mundpropaganda viel zu hoch gehandelt... live im stadion ist es nicht so prall
- Toll. Tolle Leute, immer gute Stimmung
- bombastisch!
- Unmöglich zu beschreiben. Das Millerntor spielt selbst mit.
- mitreissend, ausgelassen
- genial
- Mitreißend, euphorisch, unterstützend
- unglaublich
- Spitze, beste der Liga



- meistens großartig
- unfassbar!
- (2x) Geil
- (2x) super
- TOP
- (3x) geil
- Ziemlich gut.
- Fair aber bestimmt.
- (2x) toll
- (3x) Keine Angabe.
- hammergeil
- Super

## 24. Gibt es bestimmte Rituale im Stadion? Wenn ja, welche?

Text Frage, geantwortet 80x, unbeantwortet 65x

- Hymne - hells bells
- Mitsingen "das Herz von St. Pauli" vor dem Anpfiff, Unterstützung der Mannschaft auch bei Niederlagen
- (2x) Keine Ahnung
- Bier und Hyme
- Singen, Apfelwein, Klatschen, Jubeln
- Gleiche Fangesänge
- (3x) -
- keine Ahnung
- Bier und Currywurst
- Hells Bells zum einlaufen
- bier und wurst
- Mindestens 30min vor Anpfiff im Stadion sein, Schinkenwurst und ein/zwei Bierchen (kein harter Alkohol! das gehört für mich nicht ins Stadion...)
- mir nicht bekannt
- laut mitsingen
- Wer am Montag nicht heiser ist, war nicht im Stadion!
- Hells Bells Einlaufmusik.... Bong Bong Bong....einfach geil Fangesänge You'll never walk alone
- Vereinssong singen
- Viele Fangesänge sind wie einstudiert, auch als Frage und Antwort, natürlich Bier und Wurst
- kann ich nicht beurteilen
- Ultra-Choreographie, Hell's Bells, Antwort-Rufe
- Die Lieder, klumpen mit den Schlüssel bei einer Ecke.
- keine ahnung
- Konfetti werfen beim einlaufen der Spieler



- Hells Bell beim einlaufen! ;)
- Nicht für mich
- Ja, der Einlauf zu Hells-Bells von AC/DC, das Abspielen der Vereinshymne des Gegners.
- (5x) nein
- Ab und zu opfern wir ein goldenes Kalb. Nur ein Spaß.
- Hell's Bells
- bier trinken ?
- Bier Fahnen rufe
- Gemeinsames Singen, Applaus für alle Spieler. Auch des Gegners
- (2x) Nein
- Keine Ahnung, bin Frankfurt Fan
- Bier
- Ne Wurst und ein Bier vorm Spiel
- Ich bin gerne gleich bei Öffnung im Stadion um zu erleben wie sich das Stadion mit "Leben" füllt. Gehört für mich dazu (auch das Warm-up der Teams gehört zum Spieltag für mich dazu)
- Aux armes
- Das Herz von St. Pauli, Vereinshymne des jeweiligen Gegners, Aux-Armes-Wechselgesang, Bier
- Gemeinsam mit Gruppe reingehen (80 min Vorher).
- Kenn ich mich nicht aus
- ----
- Bier trinken und Joints rauchen
- Hells Bells vor dem Spiel, Fangesänge
- Fischbrötchen!
- Wenn die Mannschaft das stadion betritt wird immer u will never walk alone gespielt
- (2x) Bratwurst, Bier, singen
- kein plan
- Den Verein nach vorne singen!!
- Hells Bells vor dem Anpfiff. Die Schlüssel schütteln bei jedem Angriffseckball.
- choreo der südkurve bier trinken!
- AUX ARMES (Lied)
- Ja klar!
- Singen, Support
- Aux armes anstimmen nach dem Anpfiff
- (3x) Hells Bells
- Ja, Aux arms etc.
- singen
- ja, diverse
- Ja, viele
- Gesänge/Rufe etc.



- Keine für mich.
- Astra trinken.
- (3x) Keine Angabe.
- ...
- kA

## 25. Gibt es Unterschiede zwischen Heim- und Auswärtsspielen? Wenn ja, welche?

Text Frage, geantwortet 72x, unbeantwortet 73x

- Kann ich nicht sagen, da ich noch keine Auswärtsspiele besucht habe
- auswärts: weniger Fans, dafür "fanatischer"
- (4x) Keine Ahnung
- Heim ist zu Hause
- (2x) Kann ich nicht beurteilen
- (3x) -
- Zu hause sind die Fans eine Macht Auswärts nicht immer
- keine Angabe
- (3x) Nein
- Kenne nur Heimspiele, außer das man z.B. auch mal in Spanien im Stadion war
- mir nicht bekannt
- Teils lange Fahrten, teilweise Stress mit den einheimischen Fans.
- zuhause können sie nicht mehr gewinnen... ;-) Heimspiele haben einen ganz eigenen Charakter, aber auch zu Auswärtsspielen reisen ja immer eine Menge Fans mit und machen ordentlich Dampf
- Zu den Auswärtsspielen fahren nur die Hardcore Fans mit. Bei den Heimspielen ist die Stimmung meistens besser.
- Bestimmt
- Weiss ich nicht
- kann ich nicht beurteilen
- Ich war nur bei Heimspielen
- keine ahnung, wie das bei St.Pauli ist, wie vorher bereits erwähnt kenne ich sie nur von auswärtsspielen
- War noch bei keinem Auswärtsspiel
- Anzahl der Fans Heimspiele - gemischtes Publikum Auswärts - Ultras
- kann ich leider nicht beantworten da ich nur bei einem Heimspiel war.
- Bis jetzt noch kein Auswärtsspiel besucht
- Weniger Fans, aber immer voll dabei.
- kann ich nicht beurteilen, wobei ich Pauli auch schon auswärts spielen sehen habe, und auch dann "brennt" es im Block!
- Kann ich nicht beantworten.
- Ka
- ...
- Keine Ahnung.
- Hängt vom Gegner ab





- Keine Unterschiede
- die Auswärtsspiele, die ich besucht habe, wurden alle verloren
- kann ich nicht beurteilen
- Keine Angabe
- Bei Auswärtsspielen kann man durch die gemeinsame Anreise andere Fans besser kennen lernen
- ?
- ---
- War bis jetzt nur bei einem Heimspiel.
- Das Millerntor ist nunma das Millerntor
- weiß ich nicht
- Auswärts ist irgendwie schöner. Eingeschworene kleinere Gemeinde
- Sonderzug-Fahrt/Bahn-Fahrt etc., noch stärkere Bindung
- Der einzige Unterschied ist die Anzahl der Pauli-Zuschauer.
- bei auswärtsspielen war ich nie
- Astra
- auswärts ist zu weit weg
- keine Ahnung, nur Heimspiele
- Ja, weniger Zuschauer
- In Dortmund ist es nicht so schön
- Auswärts ist die Stimmung heftiger
- Auswärts sind wenige
- komplett andere Stimmung
- Millerntor
- k.A.
- Heimspiele machen mehr Spaß.
- (5x) Keine Angabe.
- (2x) Ja, Stimmung.
- Weniger Fans - kein ACDC.
- Heimstärke

## 26. Was halten Sie von der Fankultur des FC St. Pauli?

Text Frage, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x

- Die Fans sind locker drauf, im Stadion herrscht soweit ich das beurteilen kann eine ausgelassene, gute Stimmung
- Schön gemischt und angenehm
- Besonders
- Gar nichts
- Nicht viel
- (4x) Nichts





- Habe sie nur positiv erlebt.
- Soweit ich weiß relativ engagiert gegen rechts und voll Herzblut dabei
- Teilweise Gewalt bereit (allerdings Trifft das auf viele Fußball Fankulturen zu)
- (3x) -
- Früher echt etwas besonderes! Jetzt nur noch der Zweitklassigkeit angepasst.
- super Fankultur mit langer Tradition und Klasse
- keine Ahnung
- finde ich toll....vor allem das sogar Fans aus anderen Ländern regelmäßig zu den Heimspielen kommen. Schweden und Dänemark zum beispiel
- Klasse
- Stark Links, trotzdem starkes Marketing um aus dem ganzen Profit zu machen
- fanatische Menschen
- Die finde ich super, alle sind gleich (ob Punk oder Rechtsanwalt) - kaum Fremdenhass zu spüren
- enthusiastisch, immer zahlreich dabei, eher linkslastig
- Keine Ahnung
- Teilweise etwas aufgesetzt
- Leider sehr zum Trend geworden. Die meisten tragen den Totenkopf weil es "cool" ist, das gefällt mir nicht
- Interessant
- einzigartig und sehr bunt
- Ein großartiger Traditionsverein
- Einerseits sympathisch, da viel Wert auf die Fanbasis und ihre Interessen gelegt wird und letztere offensiv vertreten werden (antikommerziell), andererseits aber auch etwas verlogen, da dieses Image durchaus kommerziell ausgeschlachtet wird
- Aggressiv, hat wenig mit Fussball/Sport zu tun, schaden dem Verein durch Einsatz von Feuerwerkskörper etc
- Kann nur wer Fragen der noch nicht mit uns da war.
- Übertrieben. Die Fans interessieren sich nicht für den sport. Es ist eine Marke, die sich gut verkauft.
- früher war die Fankultur freier und heute wird viel von den Ultras gesteuert. Nicht immer positiv
- Sehr gut, Treue Fans
- wirken als Laie ein wenig wie die Eintracht Fans
- Manchmal sehr radikal. Eher aggressiv
- Weiß nicht viel davon...
- Nichts besonderes.
- Bis auf einige Chaoten ist die Fankultur super
- Sie sind bekannt als relativ laut, ungehalten, etc.
- Beeindruckend, treu, ehrlich und pur
- Ich finde es gut, dass die Fans von St. Pauli als eine der ersten offen gegen diskriminierende Äußerungen vorgegangen sind.
- Viele tolle Fans, leider auch gewaltbereite Linke, man ist immer gegen alles was von oben kommt, daher oft anstrengend
- ehrlich und treu
- Die Beste Deutschlands, vielleicht der Welt
- Verändert sich leider. Viele Geschäftsleute und reiche Menschen.
- etwas zu kommerzialisiert (Shirts werden zu Mode usw.)
- Kann ich nicht viel dazu sagen, da ich die Fankultur nicht verfolgt habe





- Es ist eine treue Anhängerschaft und ich mag die euphorie
- Legendar, aber gewaltbereit
- Keine Ahnung... habe mich damit noch nie beschäftigt
- Außergewöhnlich und leidenschaftlich
- ...
- Grundsätzlich gefällt mir das Verhalten der "normalen" Fans, Hooligans oder auf zur Gewalt neigende Personen schließe ich aus
- Passabel. Man hält zusammen und ist nicht an Gewalt interessiert
- Bis auf die Gewalt, alles in Ordnung
- Finde die Fankultur spitze! Mehr als nur ein Verein - eine Marke - eine Familie, in Spanien heißt es: "mes que un club" :P
- (2x) Super
- Treue Fans auch in schlechten Zeiten - super Stimmungsmacher
- Sehr viel. Treue Fans, die hinter dem Club und der Mannschaft stehen. Eine verschworene Gemeinschaft, die auch andere Fans von Traditionsclubs akzeptiert. Engagiert dabei - in guten und in schlechten Zeiten...
- sehr positiv/tolerant
- Ich finde den Zusammenhalt gut
- eine der tollsten in Deutschland
- Sehr geil. Sehr sozial.
- Teilweise zu extrem
- Einmalig Aber auch negativ, viele negative Bilder - Hooligans
- Aggressiv
- Die Fankultur des FC St. Pauli ist einzigartig!
- Sehr gut. Friedlich, euphorisch, kreativ.
- Erstklassig nur leider in der 2.Liga
- Mir egal solange sie nicht gegen die SGE gewinnen 😊
- gar nichts
- Sympathisch
- Von Assozial bis faszinierend. Laute, pöbeln de, saufende Fans.
- (2x) Gut
- Grundsätzlich gut
- Welche Fankultur?
- hervorragend
- Jede Fankultur hat seine Daseinsberechtigung solange sie friedlich abläuft
- Welche Kultur?
- Nicht bekannt
- Es ist schön wie tolerant man dort ist. Ich halte jedoch nichts von ultras da diese ihre Meinung anderen aufdrücken wollen. Mir gefällt die Mischung durch alle Bevölkerungsschichten und Altersklassen und die kritische Auseinandersetzung auch über polit
- Nach wie vor etwas besonderes!!
- großartig
- Sehr kreativ, politisch, sozial engagiert, -> mit Abstand das Beste, was in Deutschland zu finden ist.
- Vorbildlich!



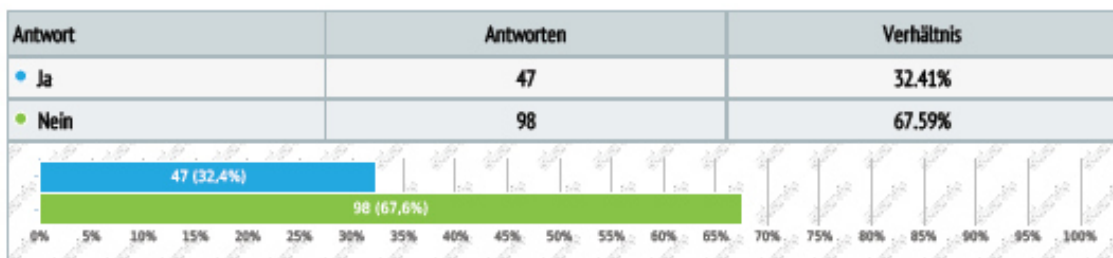
- gefällt mir
- nichts
- Traditionsreich und deshalb ist sie im Vergleich zu anderen mit Geschichte verbunden.
- Darüber habe ich mich noch nicht viel informiert, aber man hört und liest immer von den immensen Auswirkungen der Fans vom FC St. Pauli.
- Finde ich gut
- Übertrieben
- Eine sehr enge und eingeschworene Gemeinschaft
- Cool
- Erscheinung ist recht aggressiv
- ...
- Frankfurt hat die bessere.
- ?
- Ich kenne die Fankultur nicht
- schlechter Ruf
- Sehr geil, wahre Liebe
- Um es mal gesehen zu haben super aber als fester Anhänger zu intensiv (Trink- und Rauchverhalten etc)
- beste Fankultur
- Ich finde es Wahnsinn wie die Fans den Verein und das Team unterstützen, obwohl sie gerade wieder kurz vor dem Abstieg in die Drittklassigkeit stehen. Die Fans engagieren sich vor, nach und während dem Spiel und stehen immer zu "ihrem" St. Pauli.
- Die kenne ich nicht
- Schon ein wenig Randgruppe, dennoch sympathisch
- Für mich ist die Fankultur des FCSP einmalig.
- Gewöhnungsbedürftig
- Viel :)
- (2x) Schon sehr gut
- ist in Ordnung... aber bisschen fragwürdig dass sie sich selbst als assoziale zecken feiern
- Super. Wir stehen immer hinter unserem Verein. In guten und in schlechten Zeiten :-)
- Beste der Welt!
- Sie ist richtig authentisch.
- kenn ich nicht
- vorbildlich
- genial, gewachsen, sozialkritisch
- .
- Ist großartig
- beste die es gibt
- großes Kino
- gemischt -> Nahezu gut, kleine Ausnahmen gibt es immer
- großartig!
- Die Beste in Deutschland
- gut über die Jahre



- teils teils
- Top
- super
- nett und sympathisch
- Finde ich ziemlich interessant, freundlich und unterhaltsam.
- Sie ist genial.
- Sympatisch.
- (2x) Super!
- mega
- Find ich einladen und witzig.
- In der Regel freundlich.
- finde ich sehr gut
- Sehr gute Stimmung.
- Besser geht nicht!

## 27. Würden Sie sich als Fan des FC St. Pauli bezeichnen?

Einzelwahl, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x



## 28. Wenn ja, warum ist der Verein für Sie etwas Besonderes?

Text Frage, geantwortet 59x, unbeantwortet 86x

- Als ich nach Hamburg kam vor 5 Jahren, war für mich recht schnell klar, dass St. Pauli mein Verein ist (die andere Wahl wäre der HSV gewesen)
- Keine Angabe
- (2x) -
- nein
- Opa und Vater haben dort gespielt - ich selbst habe es leider nicht geschafft...
- Weil er ist wie er ist
- Besondere Fankultur, enges Verhältnis der Fans zu ihrem Verein und der Klubführung, gute Stimmung am Millerntor
- Siehe Antwort zu 26.
- Habe 13 Jahre bei Pauli Amateuren gespielt, der Verein ist unangepasst und begeistert einfach





- Ich habe für den Verein Sympathien, weil sie gute Stimmung machen und weil ich deren Design (Totenkopf) und die Camouflage Trikots geil finde ☒
- K.A.
- Ich bin auf St. Pauli aufgewachsen und der FC St. Pauli war schon immer mein Verein
- Es ist ein Kultverein, jeder Fußballfan möchte einmal in das Stadion und die Atmosphäre aufsaugen. Ein ehrlicher Verein
- Viele Soziale Projekte, sympathisches Auftreten, verrückte Stimmung, Zusammenhalt
- Lokal, Gut
- Ich bin mit dem Verein aufgewachsen. Er steht für den Widerstand gegen Rassismus. Er engagiert sich in vielen sozialen Projekten. Wie bereits erwähnt, spricht er sich gegen Rassismus, Sexismus, Faschismus etc aus
- Ist noch immer der Verein der kleinen Leute und ich konnte von der Berufsschule aus immer auf das Spielfeld schauen
- Er gehört zu Hamburg wie der Michel, der Kiez und der Hafen.
- Weil es nicht nur um Millionen, im Fussballgeschäft, geht. Sehr sozial engagiert
- aus den oben genannten Gründen, der Verein/die Fans haben ein besonderes Auftreten das man in Deutschland sonst nirgendwo findet.
- Der Verein ist kult. Allein schon das Stadion am Millerntor und somit der Status des Kiezvereins.
- Trotz Kommerz bleibt der Verein sich selbst treu. Das ist selten heutzutage.
- Die Fankultur des FC St. Pauli ist politisch angehaucht.
- Nein
- Sympathisch
- -/-
- Wegen des geringeren Kommerzialisierungsgrads und dem Respekt der Verantwortlichen vor dem Willen der Fans
- Siehe Frage 26
- Weil der Verein eben etwas ganz "Besonderes" ist!! Kein 08/15 Durchschnittsverein...
- er gehört zum Stadtteil
- Das Leben von sozialen und politischen Werten
- Weil er die Politik nicht vom Fussball trennt. Weil er (und insbesondere seine Fans) aktiv gegen Rechts, Homophobie, Rassismus, Diskriminierung und Unterdrückung eintritt. Weil er noch nie einen wichtigen Pokal / Titel gewonnen hat ;-)
- Weil er in gewisser Weise ein Underdog ist!
- Ist halt so
- ----
- Es ist schwer zu beschreiben, was das besondere am FCSP ist. Ich glaube, es ist ein bisschen so wie mit der Liebe. Entweder man spürt sie, oder eben nicht. Für mich ist das Millerntor so etwas wie das zweite Zuhause.
- Toller verein in der schönsten stadt der welt. Stadion im herzen von Hamburg. Macht spass.
- (2x) Anders als andere, wir haben keine Wahl
- Er ist halt anders als die anderen :-)
- Ehrlichkeit, Bodenständigkeit, Punkrock!
- Ich mag Hamburg und Hamburg heißt St. Pauli.
- soziales engagement, besondere stimmung im stadion
- Soziales Engagement, weltoffen, nicht übertrieben kommerzielle Ausrichtung
- Politische Haltung: gegen Faschismus, Rassismus, Homophobie. Toleranz.
- Er ist anders



- Wer einmal da war, weiß warum
- Fankultur, Stimmung im Allgemeinen
- Leidenschaft
- herrlich linksradikal!
- Underdog, Stimmung, "alternativ-links"
- sozial. kritisch
- links, pure Spaßkultur
- weil es meiner ist
- von Kindheit an immer freundlich, immer Spaß
- Wegen seiner Einzigartigkeit.
- Fankultur.
- Weil es ein kleines sympathischer Verein ist.

## 29. Wenn nein, warum nicht? Was mögen Sie an dem Verein nicht?

Text Frage, geantwortet 83x, unbeantwortet 62x

- Ich bin Sympathisant und unterstütze wo es geht, aber mein Herz gehört dem HSV
- Ich bin ganz einfach Sympathisant eines anderen Vereins
- Er interessiert mich einfach nicht
- 2 Liga :p
- Ich sympathisiere lediglich mit dem Verein
- Mir fällt nichts ein, aber das Herz schlägt für die Wobtracht
- Durch die weite Distanz habe ich keinen Bezug zu diesem Verein
- keine emotionale Verbindung zu dem Verein, evtl. auf Grund der Entfernung zum Wohnort
- Es gibt nichts, was ich nicht mag, habe aber keinen großen Bezug zu St. Pauli und mein Herz ist an die Eintracht vergeben.
- keine örtliche Verbundenheit zu dem Verein
- Mögen schon nur nicht mein Favorit
- Ich gehe gerne zu den Spielen und bin dann auch für die braunen, aber ansonsten bin ich eher HSV fan. Mir gefällt die extreme Antipathie für den HSV nicht.
- weil ich Bayern fan bin.
- Linke Strukturen, offene Anfeindungen der Fans gegen Polizei und Staat.
- Bin Bayern München Fan
- nichts auszusetzen :-)
- hab mein Herz bereits verschenkt :D
- Nichts, ist mir relativ egal
- Es ist keine Abneigung, da ich Traditionsverein gut finde. Bin Fan Fan von Eintracht Frankfurt
- Zu "Trendy" und "cool" HSV-Fan
- Keine Beziehung zum Verein
- z.T. Verlogenheit (siehe Frage 26)
- Wg der Fankultur





- Es gibt keine richtige fankultur zum sport
- keinerlei Verbindung zum Verein
- Prinzipiell keine Abneigung, aber Frankfurt ist näher :)
- Der Verein ist mir gleichgültig. Ich hasse weder liebe ich ihn nicht.
- Ich habe weder eine Verbindung zu Fußball noch zur Stadt Hamburg.
- Habe nichts gegen St. Pauli, aber bin Fan eines anderen Vereins.
- Ist nicht mein Fußballverein des Vertrauens
- Ich liebe dich , ich träum von dir.... Forza St Pauli
- nichts besonderes, habe bereits "meinen" Verein gefunden
- Kein Draht zum Verein
- Ich bin Dortmund Fan und St.pauli Sympathisant! Ich mag den Verein schon
- Rechtsradikalismus, trikotfarbe, kein bezug
- Weil ich finde man kann nur von einem Verein richtig Fan sein und das ist bei mir nun mal Eintracht Frankfurt
- Ich kenne ihn nicht gut genug um urteilen zu können
- Kann keine "Beziehung" zu dem Verein aufbauen
- Ich mag den Verein, bin aber leider Fan von einem anderen Verein.
- Kein Fan, aber finde den Verein sympathisch mit Tradition
- Doch, schon einer meiner Lieblingsvereine - aber man kann nur eine wahre Liebe haben...
- Dass er nicht aus Stuttgart kommt :p
- Ich bin Fan von Schalke 04
- Ich finde den Verein sympathisch, bin aber lange kein Fan
- Kein grosses Interesse, da ich mich mit dem Verein zu wenig Beschäftigt habe
- Pyrotechnik und Massenschlägereien
- Weil ich KSC-Fan bin.
- Die Fans sind mir teilweise zu politisch
- Ich habe einen anderen Verein
- die fans
- Bin Eintracht Frankfurt Fan
- Nein
- Keine gute Mannschaft.
- Hab mir noch keine Gedanken gemacht! Bin seit über 30 Jahren Frankfurt Fan
- Ich habe keinerlei Bezug zu St. Pauli, schon regional nicht
- Ist kein Gegner und ich würde nie meine eintracht verraten
- Keine Identifikation
- kommt aus dem Norden
- ist mir sympathisch aber nicht mein verein
- Für mich gibt es nur einen Verein im Leben.
- Dafür gibt es keinen speziellen Grund
- Ich bin Fan eines anderen Vereins



- Verein hat einen negativen Beigeschmack
- Ist halt nicht mein Heimverein. Ansonsten habe ich nichts gegen St. Pauli.
- Kann ich nicht genau sagen
- Ich find ihn ganz sympathisch, bin aber Werder und RB Leipzig Fan
- regional bedingt kein Favorit
- Es gibt nur einen Verein für mich. Habe nichts persönlich gegen den Verein.
- Weiß nicht
- Ich interessiere mich nicht für Fußball
- Bin kein Fußballfan, aber St. Pauli hat nicht gerade den besten (friedlichsten) Ruf. Und für aggressivität und dergleichen habe ich noch weniger Verständnis als für Fußball im allgemeinen. Ginge es nicht um Bälle sondern um alte Bücher, würde man es als heiligen Krieg bezeichnen und verbieten, aber die "Fans" hauen sich aus dem gleichen Irrglaube die Zähne ein... "Mein Verein ist der einzig wahre..."
- Bin fan von einem anderen verein, kein wirklicher bezug zu st. pauli
- Sympathischer Verein aber zu große Entfernung. Zu extrem (siehe 26)
- Ich mag den Verein. Würde mich aber grundsätzlich nicht als Fan von irgendeinem Verein bezeichnen.
- Ich mag den Verein, aber ich würde mich nicht als Fan bezeichnen. Ich stehe eher zur Nationalmannschaft - also zu Deutschland - als zu einzelnen Vereinen. Ich schaue mir gern verschiedene Spiele an und habe dann auch meist einen Favoriten, aber es ist nicht so, dass ich IMMER für St. Pauli bin.
- Sympathie ja, aber nicht genug für ein Fandasein
- Ich bin Borussia Dortmund fan, und man kann nur Fan von einem Verein sein. Aber ich finde den FC St. Pauli sehr sympathisch.
- so ca. alles
- Ich stehe zu meinem Freiburger Klub, aber das heißt nicht, dass ich Pauli nicht mag.
- Kein Fußballfan im Allgemeinen aber das Logo ist cool.
- Keine Angabe.
- Weil ich kein Fan bin
- Nur Fanfreundschaft

### 30. Sind Sie Mitglied in einem FC St. Pauli Fanklub? Wenn ja, in welchem?

Text Frage, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x

- (83x) Nein
- (24x) nein
- (4x) -
- Projekt Chaos
- (5x) Nein.
- (2x) NEIN
- .
- -/-
- Störtebekers Freunde
- S&R St. Pauli
- Ja. Natural Born Quiddies.







- nein gar nix
- Keine Angabe
- nein....
- ----
- neiiin
- In keinem.
- (2x) Die Vogelfreibeuter
- Ja. Vogelfreibeuter
- (2x) Ja, Brigade Zero
- Ja. Freundlich + Kompetent
- Brigade Zero
- Ja
- (7x) Keine Angabe.

### 31. Besitzen Sie Fanartikel? Wenn ja, welche?

Text Frage, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x

- Aufkleber, Schal, Pullover, Socken, Tshirt, Schlüsselband
- tshirt
- (45x) Nein
- (2x) Keine
- Keine vom FC Pauli - von der Eintracht hingegen ein paar. Trikot, Feuerzeug, Mütze, Schal, Becher,...
- Von Frankfurt, Pullis, Schals, Trikots, Fahnen, Bettwäsche.....
- (15x) nein
- Nichts von St. Pauli
- Nicht von St. Pauli
- Trikot und Schal
- Einen Schal, Trikot
- Pullis
- (3x) -
- Halben Katalog.
- Ein schal und ein t-shirt
- einige! Trikots, Schals Wimpel Tassen Schlüsselanhänger Bücher usw
- Trikot und St. Pauli Fan T-Shirt
- Schals, T-Shirts, Haarband, Combinho
- (7x) Nein.
- Div. T-Shirts, Trikots, Kennzeichenhalterung, Aufkleber
- Chucks
- Trikots, Schals, aber nicht von St. Pauli





- Pulled, Schals, Vogelhaus, Trikots, Badeente
- Schal, Mütze
- Pullover, Mütze, Schal, Trikot, Hose, stutzen, meine Tochter hat ein t Shirt, Mütze und Schnuller vom St Pauli
- keinen
- Pullover und t-shirts
- nein... also keinen von St. Pauli
- NEIN
- Trikot, Hoodies, Shirts usw
- Ja, Schal, Shirts, Mütze, Handschuhe.
- Ja, einen Schal und ein T-Shirt
- Eine Flagge
- .
- Zigaretten
- Keine vom St pauli
- T Shirt
- Unzählige
- T-Shirts. Schal
- Das übliche... Trikot(s), Schal, T-Shirt(s), Kleinfanartikel (wie z.b. Schlüsselanhänger etc.)
- T-Shirts
- Klamotten en masse
- Schal, T-Shirt, Fanladen-Jacke, Mütze, Aufkleber, Bücher und CD's, etc.
- gar nix
- Schal, Trikot, Mütze, Handschuhe, Bettwäsche, Pullover.
- Keinen
- Keine Angabe
- keine
- Shirt
- ---
- Schal
- Div. Trikots, Mütze, Schals, Pullover ....
- (2x) Mütze Schal Pulli wimpel ....
- gar nichts
- Zu viele, um sie aufzulisten ;-)
- Shirts, Trikots, Schals, Gläser, Skateboard, Sonnenbrille, Pullover
- Trikots, Pullis und Werbegeschenke
- ja div. kleidung, tasche, hot pants
- Ja, diverse.
- Schal und Kapuzenpulli
- Schal und Mütze
- Ja, Pulli, Shirt und Schal



- Ja, T-Shirt, Mütze
- Ja, Schals, Shirts, Mützen, Portemonnaie
- Ja, fast alle!
- Schal, Pulli, Shirts
- Ja verschiedene
- Ja, Kleidung
- Ja, Schals, T-Shirt, Pulli
- Ja, Schal, Jacke, Mütze, Trikot, Fahne
- Ja, Schal
- Ja, die Flagge.
- (2x) Ja, Mütze.
- Ja, Pullover.
- Ja, Schal.
- Ja, 2 Shirts

## 32. Der FC St. Pauli wird oft als "etwas anders" bezeichnet. Warum ist er Ihrer Meinung nach anders?

Text Frage, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x

- Das liegt wohl an den Fans. Unter den Fans gibt es viele, ich sage mal vorsichtig, aus der linken Szene. Man sieht viele "einfache" Leute, vom Punker bis zum Anzugträger ist einfach alles dabei
- Kommerzialisierung gibt es in diesem Verein nur ganz gering, Stadionname wird nicht verkauft, Spieler identifizieren sich mit dem Verein
- Traditionsreich, spezielle Trikots etc.
- (4x) Keine Ahnung
- Keine Angabe
- Weil es faszinierend ist, dass ein Verein, der fast nie gewinnt und eher unerfolgreich in der Bundesliga ist, eine solche Fankultur hat
- Der Verein spiegelt das völlige Umfeld des Hamburger Stadtteils wider. Die Arbeit und das Umfeld dort wirken sehr echt und ehrlich.
- Möglicherweise wegen der ständigen Underdog Rolle im Vergleich zum HSV. Zudem besteht vllt dadurch, dass in dem Viertel vorwiegend Menschen mit unterdurchschnittlichem Einkommen leb(t)en, ein besonderer Zusammenhalt
- Ich glaube das der Bezirk St. Pauli eine Menge einfluss auf den Verein hat. Daher vergleichen viele den Fußball Club mit dem Hamburger Bezirk St. Pauli.
- (6x) -
- Früher vor dem Umbau war das Millerntor ein Ort für sich. Jetzt nach dem Umbau hat das Millerntor und die Fanszene an Glanz und "Macht" verloren. Der damalige Mythos ist ein wenig verloren gegangen.
- ein verruchter Traditionsverein entlang des Hamburger Kiez muss etwas anders sein!
- allein der Stadtteil St Pauli ist anders
- Fans aus allen Schichten der Bevölkerung. Bekanntheit auch über Deutschland hinaus.
- Kiez und die Kultur von St. Pauli
- Ist er nicht mehr
- Kultverein





- Es herrscht ein offener und liebevoller Umgang
- Keine Ahnung
- Weil er wahrscheinlich familiärer ist
- Weil gerade der Totenkopf nicht als Vereinssymbol getragen wird, sondern weil es für einige gut aussieht und cool ist. Hat dann aber nichts mehr mit Fußball zu tun. Der Verein begrenzt sich auf einen Stadtteil, die Fans aus der weiteren Umgebung Hamburgs sind hauptsächlich HSV-Fans
- das hört man schon wenn man sich ein Spiel im tv anguckt
- weil sie sich als Marke stark auf dem Markt etabliert haben
- siehe Frage 28
- Wg der unsportlichen Fankultur
- Mitten in Hamburg auf dem Kiez ist nichts nullachtfzehn.
- Der Fußball steht nicht im Vordergrund
- unangepasst nicht spiessig geht andere Wege
- der Verein steht für eine gewisse Art "Revolution" anders sein als die anderen Vereine
- norddeutsch und rebellisch
- Weil es weniger um Fußball als um die Gemeinschaft geht
- Fanatische Anhänger, aber hat die nicht jeder Verein... ? Vielleicht der Charme der Viertels
- Unter dieser Aussage kann ich mir nichts vorstellen.
- Die Fans des FC St. Pauli sind aufgrund des Stadtteils besonders sozial eingestellt, dass ist u.a. das Besondere
- N/A
- Es ist kein Verein der Erfolg um jeden Preis will.
- Hängt wahrscheinlich mit den etwas links gerichteten Fans zusammen.
- Kaum ein Verein hat eine linke Fanszene statt stupide Hooligans.
- aufgrund seiner Fankultur, die mehr ist als nur die Begeisterung für Fußball
- sehr politische, umweltbewusste Fans, teilweise auch der Verein
- Weil es Kiezkicker sind. Der Club hat super Fans. Keine Büromenschen. Der Club gehört zum Kiez und zur Punkszene.
- Fankultur steht mehr im Vordergrund als die tatsächliche sportliche Leistung, die Herkunft des Vereins spielt auch sicherlich eine Rolle (St. Pauli als Stadtviertel von Hamburg, bekannt als "Partymeile")
- Kein Kommentar
- (3x) keine Ahnung
- Weil die meisten Fans sehr treu sind
- Kein moderner fussball
- Keine Ahnung... habe mich noch nie mit denen beschäftigt
- Weil die Fans sehr treu sind und ihren Verein lieben und nicht nur lieben
- Weil die Spieler einen normalen Hauptberuf haben und man sich so mehr mit ihnen und dem Erwin identifizieren kann.
- aus den bereits oben genannten Gründen
- Die Fans sind nicht so proletarisch, wie die anderer Vereine.
- Weil er mehr als ein Fußballverein ist! Viele Anwohner aus Hamburg identifizieren sich mit diesem rebellischen Verein.
- Siehe Antwort 28
- Weil er immer im Schatten des "großen Bruders" HSV steht und sie eine ganz besondere Fankultur haben





- Weil man dort ehrliche Fussball-Fans findet, die alle einbinden und mitnehmen. Egal wer man ist, was man macht und wie viel Geld man verdient. Und weil die Fans treu hinter der Mannschaft stehen. Kein Krösus-Club, Spieler zum Anfassen. Gute Tradition.
- Stimmung der Fans/ Auftreten des Gesamten Vereins und Umfelds (Schwuler Präsident/Besondere Sponsoren/VIP-Gäste)
- Kiezverein
- Ich finde nicht das er anders ist, er ist etwas besonderes im deutschen Fußball
- sieht Antwort 28.
- Wer keinen Fußballverstand hat verbindet den Verein mit seinem gleichbenannten Stadtteil. Meine Meinung siehe 34.
- Auf Grund der Kultur Des Clubs
- anders als wer ?
- Aggressiver
- Anders ist er deshalb, weil der Klub einen einzigartigen Alleinstellungsmerkmal besitzt, ich würde sagen nicht durch die Mannschaft, sondern durch die Fans.
- Weil er das immer wieder behauptet.
- Der Zusammenhalt Fans - Verein ist anders als bei den meisten Profimannschaften ... und die einzigartige Toranzeige
- Gute Frage
- nein
- Toleranz
- Hamburg
- Weniger kommerziell
- Weil sich dem FC ST. Pauli viele Personen aus anderen Verhältnisse an schließen. Wie zum beispiel viele Links Alternative und Punks. Wiederum hat es auch mit der Lage des Stadions zu tun. Sowie dem alten Umfeld
- Kein Plan
- Siehe Antwort zu Frage 28
- (2x) Kann ich nicht beurteilen
- ???
- Kann ich leider nicht beantworten
- Die Fragen sind nicht besonders gut gestellt.
- Der kritische Umgang auch mit politischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Themen. Die Toleranz gegenüber anderen. Das friedliche und freundschaftliche Miteinander.
- mehr Respekt
- Das Leben von sozialen und politischen Werten, keine vollständige Ausrichtung in Richtung allumfassender Kommerzialisierung.
- Wegen der Einlaufmusik. :-) Ausserdem wegen dem Abspielen der Fanhymne der Gastmannschaft.
- aufgrund gewachsener vereinstrukturen
- kein plan
- Da sie an ihren alten Traditionen festhalten.
- Er ist ein bodenständiger, menschnaher Verein
- Trotz der Erfolglosigkeit immer ausverkauftes Stadion, super Stimmung und europaweit bekannt.
- bezieht sich nicht mehr so wirklich auf Fußball, entfernt sich von der eigentlichen Idee
- Ich denke, es geht alles familiärer in diesem Verein zu.
- Treue und tolle Fans, gute Stimmung und eine lange Geschichte



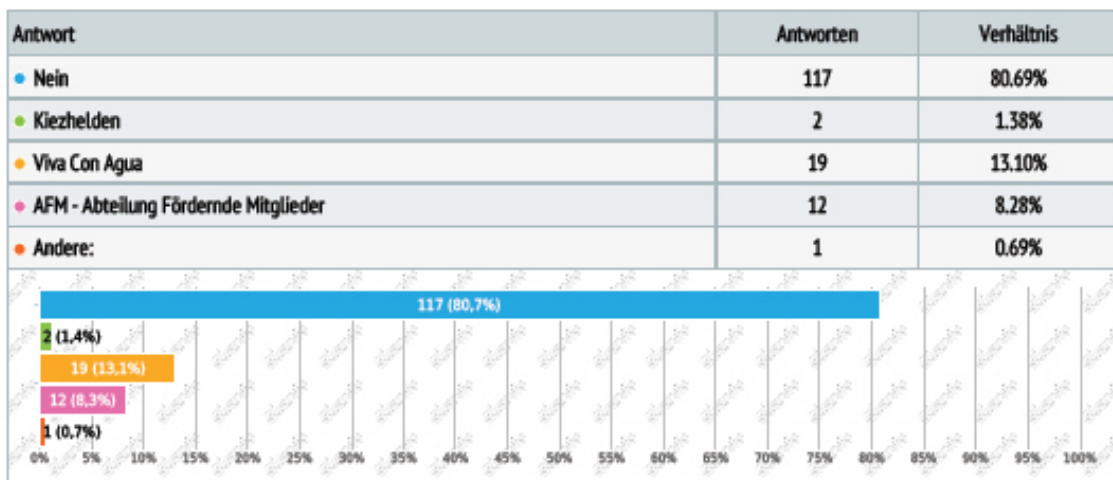
- keine Einschätzung
- Underdog....
- Weil er in kein normales Schema passt wie z. B.: - gesponserte Vereine - große Traditionsvereine - klassischer Underdog- Verein
- ....
- Kommt manchmal rüber wie ein Dorfverein und nicht wie ein erfolgreicher Bundesligaverein
- Stimmung: Spielstand egal
- Der FC ist aufgrund seiner Fans anders. Sie sind immer da - bei Sieg und Niederlage - zumindest die "echten" Fans und nicht die, die nur wegen dem Hype ans Millerntor gehen. Ich finde das ist es, was einen Verein ausmacht: die Fans! Natürlich geht es auch um den Erfolg, denn ein Fußballverein ist nunmal ein Wirtschaftsunternehmen, aber es kommt eben nicht immer darauf an. Erfolg ist bzw. wäre für die Fans von St. Pauli eher ein positiver Mehrwert als das worum es ihnen hauptsächlich geht!
- kA
- Fanstruktur und die Interaktion des Vereins mit seinen Fans
- Für mich sind alle anderen "anders". St. Pauli ist die einzige Möglichkeit
- Wegen den og gründen
- Weiß nicht. Klein. Nie so richtig erfolgreich aber immer präsent. Und verkörpert eine angenehme "underdog". Ein wenig Fussball Romantik im Geld Zirkus.
- (2x) Gegen rechts, homophobie, ... Alles wird konkret durchgezogen
- stinknormaler zweitligaclub
- Wir engagieren uns für die Kleinen und Außenstehenden.
- Der Verein entzieht sich, soweit möglich (!) der polternd hereinbrechenden Kommerzialisierung des Fußballs
- Kein anderer Verein identifiziert sich mit einem Viertel einer Stadt wie diese Mannschaft mit dem Stadtviertel namens St. Pauli.
- ich weiss es nicht
- das soziale engagement is vorbildlich; die fanbase hält zum verein, egal wie groß die schwierigkeiten
- Soziales Engagement, weltoffen, nicht übertrieben kommerzielle Ausrichtung
- Politische Haltung: gegen Faschismus, Rassismus, Homophobie. Toleranz.
- Steht eher am Rande in Bezug auf die weiteren Vereine
- Standort und Fankultur
- wenig Kommerz, Fankultur
- mehr Rücksicht als woanders. Respektvoller, lustiger, toleranter
- einziger "linker" Fußballverein
- Bestes Publikum
- kritischer als andere Fankulturen
- fairer als andere Vereine
- left winged
- Rücksichtsvoll, entspannt auch bei Niederlagen
- klein aber oho
- Weil das Publikum die Herkunft des Vereins (Kiez) nun mal etwas anders/besonders ist.
- Seine Stimmung ist komplett anders als bei anderen Vereinen.
- Fokus auf Tradition, nicht unbedingt auf Erfolg.
- (2x) zwanglos



- Charakterstark und ist ein Stadtteilclub.
- Image, setzen sich für soziale Projekte ein.
- auf übermäßig Kommerz wird verzichtet
- Immer gute Stimmung, egal ob 1. oder 2. Liga und egal welcher Tabellenplatz.
- Berg auf und ab!
- Kultverein

### 33. Engagieren Sie sich bei einem der zahlreichen FC St. Pauli Projekte?

Mehrfachauswahl, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x



- Mitglied im St. Pauli Boxen, aber nicht aktiv

### 34. Beschreiben Sie den Verein bitte kurz in Ihren eigenen Worten.

Text Frage, geantwortet 145x, unbeantwortet 0x

- Einmal Pauli, immer Pauli.
- Magisches St. Pauli
- Spezieller Verein mit besonderer Fankultur und auffälligen Auftritten
- Klein und familiär
- Laut und rebellisch
- Merkwürdig und seltsam irgendwie - hört man mal was vom Verein, sind es negative Schlagzeilen
- Kein Verein
- (2x).





- Der Verein ist ein sehr traditionsreicher Verein mit viel Kult Faktor. Allerdings bin ich der Meinung das der Bezirk den hohen Kult Status aufrecht hält und nicht unbedingt der Fußball club. Ich bin mir sicher das viele Menschen (national und international) wenn sie denn Namen ST. Pauli hören, nie auf den Fußball club kommen.
- Auffallend anders
- Traditionsreich, gute Fanprojekte, früher eine Legende, heute leider nur noch ein stinknormaler 2.Ligist.
- Tradition, Leidenschaft und der Hamburger Kiez
- kleiner verein mit wenig finanziellen spielraum der es immer wieder schafft grosse vereine zu ärgern
- Traditionsverein im Herzen von Hamburg
- Normaler Verein, aber Super Fan s
- Stadtteilclub der Auffangbecken für Linke bis linksradikale Fans bietet
- Kultverein mit geilen Fans
- You'll never walk alone sagt eigentlich schon alles...
- Kleiner Traditionsclub aus dem Herzen Hamburgs
- (2x) Hamburg
- zecken
- Kleinerer 2. Liga-Verein
- K.a
- Bunt, ohne Worte, einzigartig, tolerant, froh,
- (5x) -
- St. Pauli ist für mich eine sympathische Erscheinung im Profifußball und das Kontrastprogramm zum eher verschwenderischen HSV. Die Fanbasis wirkt sehr authentisch und begeisterungsfähig. Zum Teil wird mir mit dem linken Image etwas sehr hausieren gegangen.
- Siehe Oben
- Come on your boys in brown!
- Punker, die einen ort zum treffen benötigen
- St. Pauli ist der Kiez Kult Club der einfach anders ist und begeistert
- (2x) Traditionsclub
- anders, nordisch, rockig.
- Verein mit vielen Fans. Davon sind wenige Erfolgsfans sondern gehen mit ihrem Verein "durch dick und dünn"
- Wilde Nordlichter
- Ich denke der Verein wird oftmals von anderen "größeren" Vereinen zu deren Leidtragen unterschätzt.
- Ein Verein mit vielen verschiedenen Fans, besonders sozialen Projekten und einfach nur GENIAL..... ;-)
- N/A
- Ein ehrlicher und bodenständiger Verein mit Kultcharakter.
- Für mich hat der St. Pauli, wenn sie mal erstklassig gespielt haben, immer das Bild eines sympathischen Underdogs.
- Ich denke, das ist in diesem Fragebogen ausreichend geschehen
- Verein mit der interessantesten Fankultur
- Gehört zu Hamburgs Mitte wie kaum eine andere Organisation
- Wunderbar. Sehr sozial, super Engagement. Hamburg ist Braun weiß
- Party, ungewöhnlich
- Kein Kommentar





- Kann ich nichts zu sagen
- Kiezverein... Super Stimmung im Stadion...
- Leidenschaft, ärger, kampf
- ???
- Besonders und mitreißend für Fans
- Wer Fan ist, hat eine ganz besondere Verbindung zu ihm (Verein).
- bodenständiger verein, tolle spieler, überwiegend tolle fankultur, großer zusammenhalt
- You never walk alone.
- Wie bereits gesagt: Rebellisch, Kämpfernatur, Zusammenhalt auf anderer Ebene, Familie, Krieg auf dem Feld ;-)
- Gemeinschaftsgefühl, egal aus welcher gesellschaftlichen „Schicht“ man kommt
- Kämpferisch, sympathisch, traditionell
- St. Pauli ist Fußball aus Leidenschaft. Ein Verein, der Verein lebt - mit seinen Fans auf Du und Du. Herzblut pur - und ein ganz wichtiger Bestandteil von Hamburg.
- alles was bisher angesprochen wurde: besondere Stimmung/Fans/Umfeld!
- Der einzige echte Hamburger Verein.
- Kleiner Verein mit großer Fan Kultur !
- Bodenständig. Sozial. Emotional. Geil.
- Ich sehe einen traditionellen und gepflegten Fußballkultur. Viele historische Ereignisse.
- Traditionsreicher Verein mit grosser Geschichte
- Kult
- Intoleranz Unnötiges stören während des Spieles
- Der FC St. Pauli ist ein Traditionsclub. Er bietet viele Hilfsprojekte an und sieht sich als Robin Hood an, Arm gegen Reich. Die Fans stehen jederzeit zu ihrem Verein. Es gibt keine Erfolgfans und die Stimmung, was man durch YouTube Videos mitbekommt, ist einzigartig.
- Tolle Fans und schönes Stadion. Führt paradoxerweise mit seiner nichtkommerziellen Außendarstellung eine sehr erfolgreiche Marketingstrategie. Aber mit Luft und Liebe spielt man nicht in der 2. Liga.
- Ein Verein für alle sozialen Schichten ohne Vorurteile. ... einfach ein Kultklub
- Braune Piraten
- Ich kenne ihn so gut wie nicht
- Gegen rechts
- Fußballverein aus der unteren Liga
- Keine lust
- (2x) ...
- ☹
- -/-
- Hellfuckingyeah!!!
- Traditioneller Verein mit derzeit eher mäßigen Erfolgen.
- Der Verein mitten im Stadtteil, wo Vorstandsbesitzer und Hartz4-Empfänger nebeneinander Fußball schauen und ein Bier miteinander trinken und der Gegenüber einfach als Mensch zählt!
- St. Pauli kann man nicht beschreiben... man muss es FÜHLEN
- liebenswert



- einfach schön.
- Vielfältig. Bunt. Basisdemokratische Organisation. Fest im Stadtteil verankert. Politisch engagiert (s.o.). Links.
- verrückt ;)
- Fc St.Pauli halt
- Ein Klub mit einer tollen Geschichte. Gehört auf jeden Fall in den Profifußball.
- es ist ein toller aufgeschlossener Verein der eine tolle Fangemeinde besitzt, von dem was man hört und liest.
- Marke, Kult, Stimmung
- Fußballverein
- Ein Traditionsverein der im deutschen Fußball nicht fehlen sollte.Egal ob 1.oder 2.Liga
- Ein sympathischer, cooler und über die nationalen Grenzen hinweg bekannter Verein
- Fans sind größtenteils in Hamburg lokalisiert Erscheinung etwas markanter als das Erscheinungsbild andere Vereine
- --
- Für mich ein Verein wie jeder andere.
- Hautnah Revoluzzer Links Sympathisch
- Keine Ahnung
- ----
- Sehr eigen
- Versoffene und verkiffte Anhänger, deren die Leistung des Teams egal ist. Typischer Zweitligaverein!
- Der FC St. Pauli ist ein nicht sehr erfolgreicher und noch in der 2. Liga spielender Verein mit einer super Fangemeinde. Der Totenkopf ist nach anfänglichen Protesten mittlerweile das zweite Logo geworden und wird von vielen Fans stolz getragen - und das nicht nur in Deutschland. Der FC St. Pauli ist einfach etwas besonderes in der heutigen Fußballwelt.
- kA
- Gute Sache
- Magisch, Emotional, Zusammenhalt
- Autoritär.
- Kleines Budget. Viel Tradition. Fußballromantik.
- (2x) Geil
- uninteressant... zweitklassig... ranzig
- Für immer mit dir :-\*
- Ehrlich, geil, anders
- Authentisch, echt und faszinierend
- ich weiss es nicht
- VEREIN DER HERZEN
- Tolle Atmosphäre, offen, tolerant
- Anders
- Authentisch (trotz Kommerz)
- Meine große Liebe
- Leidenschaft, organisiert, tolerant
- endgeil!
- Eben nicht der beste Fußball, aber der beste Verein in Europa



Faszination FC St. Pauli

- nie langweilig!
- links, bunt, tolerant
- You'll never walk alone!
- Liebenswert
- sympathisch, auch für Freiburg-Fans!
- Rockig, offen, wild und interessant.
- Der Verein ist mit seinen Fans einzigartig und das ACDC Intro genial. Weiter so!
- Keine Angabe.
- (2x) zwanglos, cool!
- St.Pauli, ein Verein mit Herz.
- chaotisch, leidenschaftlich weitsichtig
- sympathisch, authentisch
- Einfach nur sehr, sehr geil.
- Verrückt, Kiezleute.
- Kann ich nicht, kenne ich nicht..
- Kult; Heimstärke; Fans, auf die man zählen kann; traditionell

Online Umfrage kostenlos – [www.survio.com](http://www.survio.com)

## Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

---

Ort, Datum

Vorname Nachname